

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
 Должность: и.о. ректора
 Дата подписания: 09.04.2024 16:32:55
 Уникальный программный ключ:
 4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реклама и PR»

Основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки
 38.03.06 Торговое дело
 Направленность: Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

1. Цели изучения дисциплины - формирование у обучающихся базовых представлений об инструментарии, используемом в процессе взаимодействия специалиста в сфере торгового дела с представителями отраслей массово-коммуникационной деятельности, а также о специфике работы в данных сферах на основании изучения теоретических основ и актуальной практики рекламной и PR- деятельности.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Реклама и PR» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание основных принципов маркетинга и основ осуществления маркетинговой деятельности;

умения определять целевую аудиторию и подбирать для нее соответствующие маркетинговые инструменты;

владение навыком систематизации информации и обработки ее для принятия коммерческих решений.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», а знания, полученные при изучении дисциплины необходимы для понимания особенностей инструментов рекламы и PR, а также для изучения дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью».

3. Результаты освоения дисциплины: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-4 Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-4 И-1 Готовит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: (З.1) основные инструменты проведения маркетингового исследования
		Уметь: (У.1) применять инструменты комплекса маркетинга для маркетинговых исследований
		Владеть: (В.1) навыком проведения маркетингового исследования
ПКС-5 Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПКС-5 И-5 Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли	Знать (З.1): Знать каналы и средства продвижения товаров и услуг торгового предприятия
		Уметь (У.1): Уметь выбирать средства продвижения товаров и услуг, в том числе средства рекламы и PR, и оценивать их эффективность
		Владеть: (В.1) навыком формирования стратегии продвижения с элементами рекламы и PR
	ПКС-5 И-6 Реализует систему маркетинговых коммуникаций в организации, в том числе в сфере торговли	Знать: З.1: роль и место рекламы и PR в системе маркетинговых коммуникаций
		Уметь: У.1: разрабатывать инструменты рекламы и PR как элементов маркетинговых коммуникаций
ПКС-6 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию комплексного маркетинга организации, в том числе коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или)	ПКС-6 И-3 Разрабатывает концепции, программы и методики	Владеть: В.1: навыком формирования рекламной кампании
		Знать: (З.1) методики маркетинговых исследований
		Уметь: (У.1) разрабатывать маркетинговые концепции, стандарты, программы
		Владеть: (В.1) навыком разработки предложений по стратегии маркетинговой деятельности на основе маркетинговых

Информация о владельце:

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: и.о. ректора

Дата подписания: 09.04.2024 16:32:55

Уникальный программный ключ: 4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

товароведной деятельности	ПКС-6 И-4 Осуществляет контроль маркетинговой и рекламной деятельности	исследований
		Знать: (З.1) виды и методы контроля маркетинговой и рекламной деятельности
		Уметь: (У.1) составлять критерии оценки контрольных показателей маркетинговой и рекламной деятельности
ПКС-11 Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) исходя из расчетов целевых показателей	ПКС-11 И-1 Разрабатывает целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для дальнейшего формирования решений	Владеть: (В.1) навыками контроля основных положений и методов маркетинговых исследований при решении профессиональных задач
		Знать (З-1): Целевые показатели и критерии для формирования управленческих решений в области рекламы и PR
		Уметь (У-1): Разрабатывать целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для дальнейшего формирования решений в области рекламы и PR
	ПКС-11 И-2 Формирует альтернативные решения на основе разработанных для них целевых показателей	Владеть (В-1): владеть навыком принятия обоснованного решения в своей профессиональной деятельности
		Знать: 3.1 принципы определения целей при разработке рекламной стратегии или кампании, количественные критерии принятия решений
		Уметь: У.1 анализировать внутренние и внешние факторы и условия, влияющие на реализацию проекта
		Владеть: В.1 навыками оценивания решения с точки зрения выбранных целевых показателей

4. Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетных единиц, 108 часа.

5. Форма промежуточной аттестации: очная форма обучения: зачет/ 7 семестр.

Рабочую программу разработал А.А. Габудина, доцент, к.э.н, доцент кафедры управления строительством и ЖКХ

Руководитель образовательной программы

А.А. Габудина