

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 03.02.2021 12:32:12

Уникальный программный ID:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.В.13 Реклама и связи с общественностью в транспортных компаниях

Основная профессиональная образовательная программа Направление 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ программа "Реклама и связи с общественностью"

Соответствует РПД

« 10 » 04 2020 г.
Ашмарина /УМУ СГЭУ/

Зав. кафедрой Л. Сосунова / Л.А. Сосунова /

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Реклама и связи с общественностью в транспортных компаниях входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Формирование общественного мнения, Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Теория и практика медиакоммуникаций, Реклама и связи с общественностью в маркетинге продаж, Дизайн рекламного продукта, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Планирование и организация рекламных компаний, Введение в коммуникационные специальности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Инновации в рекламе и связях с общественностью, Копирайтинг, Адаптация лиц с ОВЗ

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Реклама и связи с общественностью в транспортных компаниях в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК УВ-1 Способен формулировать предложения по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-1_ИДК1 Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке	ПК УВ-1з1: Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.	ПК УВ-1у1: Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.	ПК УВ-1в1: Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг.
ПК УВ-1_ИДК2 Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетом рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг.	ПК УВ-1з2: Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	ПК УВ-1у2: Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования	ПК УВ-1в2: Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения.

<p>ПК УВ-1_ИДК3</p> <p>Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке.</p> <p>Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетом рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг.</p>	<p>ПК УВ-1з3:</p> <p>Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.</p> <p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p>	<p>ПК УВ-1у3: Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования.</p>	<p>ПК УВ-1в3: Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг.</p> <p>Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения..</p>
---	---	--	---

ПК УВ-4 - Способен к разработке, тестированию и внедрению фирменного стиля организации, а также к созданию бренда компании.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ПК УВ-4_ИДК1</p> <p>Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда.</p>	<p>ПК УВ-4з1:</p> <p>Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).</p>	<p>ПК УВ-4у1: Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами</p>	<p>ПК УВ-4в1: Знаниями в области формирования фирменного стиля организации и бренда компании</p>
<p>ПК УВ-4_ИДК2</p> <p>Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании.</p>	<p>ПК УВ-4з2:</p> <p>Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании.</p>	<p>ПК УВ-4у2: Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.</p>	<p>ПК УВ-4в2: Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок.</p>
<p>ПК УВ-4_ИДК3</p> <p>Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда.</p> <p>Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и</p>	<p>ПК УВ-4з3:</p> <p>Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).</p> <p>Основные элементы фирменного стиля и</p>	<p>ПК УВ-4у3: Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами.</p> <p>Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок</p>	<p>ПК УВ-4в3: Знаниями в области формирования фирменного стиля организации и бренда компании.</p> <p>Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок.</p>

продвижению бренда компании.	оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании.		
------------------------------	--	--	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	9.15/0.25
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	4/0.11
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	60.85/1.69
Промежуточная аттестация	2/0.06
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2