

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 идентификатор:

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.14 Реклама и связи с общественностью в маркетинге продаж

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

Соответствует РПД

«10» Февраля 2020 г.
Ашмарина С.И. /УМУ СГЭУ/

Зав. кафедрой Л.А. Сосунова /_Л.А. Сосунова_/

Самара 2020

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 маркетинге продаж входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

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

Последующие дисциплины по связям компетенций: Копирайтинг, Адаптация лиц с ОВЗ, Основы нейромаркетинга, Инновации в рекламе и связях с общественностью, Мерчендайзинг, Реклама в оптово-розничной торговле

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

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

Тип задач: Организационный

ПК-УВ1 - 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 УВ1з1 Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.	ПК УВ1у1 Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.	ПК УВ1в1 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 УВ1з2 Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг.	ПК УВ1у2 Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования.	ПК УВ1в2 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 УВ1з3</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 УВ1у3</p> <p>Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования.</p>	<p>ПК УВ1в3</p> <p>Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг.</p> <p>Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения.</p>
---	--	---	---

ПК-УВ4 - 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 УВ4з1</p> <p>Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).</p>	<p>ПК УВ4у1</p> <p>Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами.</p>	<p>ПК УВ4в1</p> <p>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 УВ4з2</p> <p>Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании</p>	<p>ПК УВ4у2</p> <p>Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.</p>	<p>ПК УВ4в2</p> <p>Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок.</p>

	бренда компании.		
ПК УВ-4_ИДКЗ Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда. Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании.	ПК УВ4з3 Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов). Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании.	ПК УВ4у3 Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами. Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.	ПК УВ4в3 Знаниями в области формирования фирменного стиля организации и бренда компании. Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок.

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 6
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