

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович  
 Должность: И.о. ректора  
 Дата подписания: 28.09.2022 17:37:24  
 Уникальный программный ключ:  
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»**  
**АННОТАЦИЯ**  
 рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью»**

дисциплина (модуля) части, формируемой участниками образовательных отношений.

ЗФО.

Составители аннотации – Поташова И.Ю.

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	216/6
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Ознакомление с теориями и методами управления проектами в различных сферах жизнедеятельности человека; получение студентами теоретических основ, базовых знаний и практических навыков в сфере управления проектами в области рекламы и связей с общественностью.
<b>Содержание дисциплины</b>	Тема 1. Содержание и направления маркетинговых исследований. Тема 2. Маркетинговая информационная система. Тема 3. Методы маркетинговых исследований. Тема 4. Методы сбора данных и измерения в маркетинговых исследованиях. Тема 5. Разработка и реализация плана исследований Тема 6. Методы анализа маркетинговых возможностей предприятия. Тема 7. Изучение потребителей. Тема 8. Конкурентный анализ и бенчмаркинг. Тема 9. Предплановый маркетинговый анализ.
<b>Формируемые компетенции (коды)</b>	УК-1 ПКУВ-4 ПКУВ-4
<b>Коды и наименование индикаторов достижения компетенций</b>	УК-1.1. Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач УК-1.2. Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности УК-1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации. ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью. ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении

	<p>маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ПКУВ-4.1. Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ПКУВ-4.2. Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии..</p> <p>ПКУВ-4.3. Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).</p>
<b>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</b>	<p>Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Основы проектной деятельности</p> <p>Математика</p> <p>Информатика</p> <p>Профессионально-ознакомительная практика</p> <p>Теория и практика рекламы и связей с общественностью</p> <p>Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Социальная психология в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Введение в специальность</p> <p>рекламы и связи с общественностью</p> <p>Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Психология массовых коммуникаций</p> <p>Основы теории коммуникации.</p>
<b>Образовательные технологии</b>	лекции, практические работы, самостоятельная работа студента.
<b>Формы текущего контроля успеваемости</b>	Вопросы для устного опроса; перечень тем докладов, темы контрольных работ
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен и курсовая работа

Зав.кафедрой Общей психологии и социальных коммуникаций  И.Б. Шуванов