

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 ключ:

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.О.01.03 Маркетинг

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

Соответствует РПД

« 10 » Февраля 2021 г.
/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 Маркетинг входит в обязательную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Философия, Основы логистики, Социальная ответственность бизнеса, Модели поведения потребителей, Интегрированные коммуникации, Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

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

Изучение дисциплины Маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ОПК-2_ИДК1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	ОПК2з1: Существующие тенденции развития общества.	ОПК2у1: Прогнозировать развитие общественных и государственных институтов.	ОПК2в1: Навыками демонстрации и всестороннего освещения проблематики общественных и государственных структур.
ОПК-2_ИДК2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	ОПК2з2: Основные направления развития общественных и государственных институтов.	ОПК2у2: Выделять актуальные вопросы и проблемы в развитии общества.	ОПК2в2: Подходами к созданию и распространению медиапродукта с учетом существующих проблем общества.

<p>ОПК-2_ИДК3 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК2з3: Существующие тенденции развития общества.</p> <p>Основные направления развития общественных и государственных институтов.</p>	<p>ОПК2у3: Прогнозировать развитие общественных и государственных институтов.</p> <p>Выделять актуальные вопросы и проблемы в развитии общества.</p>	<p>ОПК2в3: Навыками демонстрации и всестороннего освещения проблематики общественных и государственных структур.</p> <p>Подходами к созданию и распространению медиапродукта с учетом существующих проблем общества.</p>
--	--	--	--

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ОПК-4_ИДК1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p>	<p>ОПК4з1: Существующие запросы и потребности общества.</p>	<p>ОПК4у1: Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности.</p>	<p>ОПК4в1: Технологиями формирования общественного мнения.</p>
<p>ОПК-4_ИДК2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании</p>	<p>ОПК4з2: Основные потребности отдельных членов общества.</p>	<p>ОПК4у2: Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов.</p>	<p>ОПК4в2: Методами управления потребительским спросом посредством рекламы и специальных мероприятий.</p>

<p>текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>			
<p>ОПК-4_ИДКЗ Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК4з3: Существующие запросы и потребности общества. Основные потребности отдельных членов общества.</p>	<p>ОПК4у3: Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности. Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов.</p>	<p>ОПК4в3: Технологиями формирования общественного мнения. Методами управления потребительским спросом посредством рекламы и специальных мероприятий.</p>

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 1
Контактная работа, в том числе:	22.4/0.62
Занятия лекционного типа	8/0.22
Занятия семинарского типа	12/0.33
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	150.6/4.18
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз

Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5