

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.О.06.02 Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

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.А. 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 Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Введение в коммуникационные специальности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Планирование и организация рекламных компаний, Копирайтинг, Адаптация лиц с ОВЗ, Реклама и связи с общественностью в маркетинге продаж, Формирование общественного мнения, Основы нейромаркетинга, Инновации в рекламе и связях с общественностью, Мерчендайзинг, Реклама в оптово-розничной торговле, Теория и практика медиакоммуникаций, Дизайн рекламного продукта, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью

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

Изучение дисциплины Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации 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
ПК УВ-1_ИДК3 Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке. Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации	ПК УВ-1з3: Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.	ПК УВ-1у3: Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. Работать со специализированными программами по управлению	ПК УВ-1в3: Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг. Методами прогнозирования результатов

существующей системы продвижения с учетом рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг.	Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования.	использования инструментов продвижения.
--	--	---	---

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)
ПК УВ-4_ИДК1 Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда.	ПК УВ-4з1: Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).	ПК УВ-4у1: Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами	ПК УВ-4в1: Знаниями в области формирования фирменного стиля организации и бренда компании
ПК УВ-4_ИДК2 Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании.	ПК УВ-4з2: Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании	ПК УВ-4у2: Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок	ПК УВ-4в2: Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок
ПК УВ-4_ИДК3 Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда. Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании.	ПК УВ-4з3: Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов). Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании.	ПК УВ-4у3: Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами. Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок.	ПК УВ-4в3: 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 2

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:	186.6/5.18
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	216
Зачетные единицы	6