

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФАДО «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.В.ДВ.03.01 Реклама в СМИ

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

Соответствует РПД

« 10 » сентября 2020 г.
Светлана Игоревна 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 Реклама в СМИ входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Реклама услуг, Производство рекламного продукта, Экономико-математические методы в рекламе, Наружная реклама, Теория и практика рекламы

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

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

Универсальные компетенции (УК):

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Описание ИДК	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
УК-3 ИДК 1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.	Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.	Предвидеть результаты (последствия) личных действий.	Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.
УК-3 ИДК 2 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд.	Методы социального взаимодействия.	Применять принципы социального взаимодействия.	Практическими навыками социального взаимодействия.
УК-3 ИДК 3 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.	Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности. Методы социального взаимодействия.	Предвидеть результаты (последствия) личных действий. Применять принципы социального взаимодействия.	Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата. Практическими навыками социального взаимодействия.

Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд.			
--	--	--	--

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК УВ-5 - Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию ценовой политики организации

Описание ИДК	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-5 ИДК 1 Анализирует существующие ценовые стратегии на рекламные продукты и разрабатывает рекомендации для совершенствования ценовой политики в области рекламы и связей с общественностью.	Инструменты маркетингового ценообразования.	Рассчитывать цены на рекламные мероприятия организации.	Методами и стратегиями ценообразования.
ПК УВ-5 ИДК 2 Формулирует грамотное предложение по оптимизации стратегии ценообразования организации в области рекламы продукции.	Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий.	Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования.	Методологическими подходами к установлению цены на рекламные продукты и прогнозированию спроса на них.
ПК УВ-5 ИДК 3 Анализирует существующие ценовые стратегии на рекламные продукты и разрабатывает рекомендации для совершенствования ценовой политики в области рекламы и	Инструменты маркетингового ценообразования. Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий.	Рассчитывать цены на рекламные мероприятия организации. Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования.	Методами и стратегиями ценообразования. Методологическими подходами к установлению цены на рекламные продукты и прогнозированию спроса на них.

связей с общественностью. Формулирует грамотное предложение по оптимизации стратегии ценообразования организации в области рекламы продукции.			
--	--	--	--

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 8
Контактная работа, в том числе:	14.4/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	86.6/2.41
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3