

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФАГО «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.04.01 Реклама и связи с общественностью в международном бизнесе

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

Соответствует РПД

« 10 » августа 2020 г.  
Ашмарина /УМУ СГЭУ/

Зав. кафедрой 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 и связи с общественностью в международном бизнесе входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Основы бизнеса, Мировая культура и искусство, Культура речи и межнациональные связи, Социальная реклама, Социальный маркетинг

Последующие дисциплины по связям компетенций: Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы, Менеджмент 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 международном бизнесе в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Тип задач: организационный

ПК-УВ 8 - Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.

Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-8_ИДК1 Определяет основные направления в области управленческих решений в части рыночных возможностей и коммуникационного воздействия на потребителей.	ПКУВ8з1: Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.	ПКУВ8 у1: Разрабатывать рекомендации по управлению коммуникационной политикой предприятия.	ПКУВ8в1: Знаниями в области маркетингового проектирования и разработки коммуникационной программы.
ПК УВ-8_ИДК2 Демонстрирует оптимальные решения в области маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование	ПКУВ8з2: Состав процесса стратегического и оперативного планирования.	ПКУВ8 у2: Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной	ПКУВ8в2: Инструментами рекламы и связей с общественностью.

спроса и обеспечения конкурентоспособного положения компании на рынке.		коммуникационной политики.	
ПК УВ-8_ИДКЗ  Определяет основные направления в области управленческих решений в части рыночных возможностей и коммуникационного воздействия на потребителей.  Демонстрирует оптимальные решения в области маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование спроса и обеспечения конкурентоспособного положения компании на рынке.	ПКУВ8з3: Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.  Состав процесса стратегического и оперативного планирования.	ПКУВ8 у3: Разрабатывать рекомендации по управлению коммуникационной политикой предприятия.  Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики	ПКУВ8в3: Знаниями в области маркетингового проектирования и разработки коммуникационной программы.  Инструментами рекламы и связей с общественностью

### 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:	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