

Приложение к рабочей программе дисциплины
«Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью»
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)
Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой
сферах
АННОТАЦИЯ
 рабочей программы дисциплины
«Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью»
Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений
Очно-заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	11/396
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов целостного представления об основах организации и управления маркетинговой деятельностью для различных хозяйствующих субъектов с учетом специфики профессиональной деятельности.
Содержание дисциплины	Сущность и содержание маркетинга. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью. Введение в курс. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Маркетинговые исследования в рекламе и СО: их значение и основные направления. Исследование поведения потребителей на рынке. Сегментирование рынка. Позиционирование Товар и товарная политика в маркетинге. Разработка и жизненный цикл товара. Создание рекламной продукции и оказание рекламных услуг. Ценообразование и ценовая политика фирмы. Ценообразование в рекламном бизнесе: его особенности у различных субъектов рекламного рынка. Система распределения в маркетинге. Организация сбыта рекламной продукции и рекламных услуг. Маркетинговые коммуникации. Специфика маркетинговых коммуникаций при реализации продукции и услуг коммуникационных агентств Реализация комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе и СО и контроль за ее осуществлением
Формируемые компетенции	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. ПК-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах. ПК-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	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

	ПК-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 ПК-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента ПК-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах ПК-3.3. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы проектной деятельности Математика Информатика Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Методология и методы исследований в коммуникационной сфере Теория и практика рекламы и связей с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Политический PR Психология рекламы Антикризисный PR Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий Коммуникационный менеджмент Психология массовых коммуникаций Основы брендинга Основы теории коммуникации Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Визуальные технологии в рекламе и PR Профессионально-ознакомительная практика Научно-исследовательская практика Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности Преддипломная практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации
Форма промежуточной аттестации	Зачет, экзамен, курсовая работа