

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:29:04

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Семинар "Маркетинг коммуникационных технологий в современном бизнесе"

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		Итого	
	Неделя		Неделя			
Неделя	15 2/6		15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Практические	24	24	32	32	56	56
Итого ауд.	24	24	32	32	56	56
Контактная работа	24	24	32	32	56	56
Сам. работа	84	84	112	112	196	196
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	180	180	288	288

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 формирование комплекса знаний маркетинга коммуникационных технологий в современном бизнесе, способов их освоения и реализации; выработка навыков осуществления маркетинга коммуникационных технологий при выборе инноваций и оценки эффективности профессиональной деятельности, применение полученных умений в осуществлении планирования и организации маркетинговых технологий и исследовании прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области маркетинга и рекламы.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

инновации, методы их анализа и оценки экономической эффективности маркетинговой и рекламной деятельности; методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов маркетинговой и рекламной деятельности; способы и методы исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области маркетинга и рекламы (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности; исследовать, анализировать, прогнозировать и моделировать тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности; применять на практике исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области маркетинга и рекламы (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

Владеть:

навыками самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности; навыками и опытом исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов маркетинговой и рекламной деятельности; навыками проведения исследований прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области маркетинга и рекламы (соотнесено с индикатором ПК-1.3)