

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:29:09

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Современные рекламные технологии в цифровой экономике

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>) | 1 (1.1) | | Итого | |
|---|---------|-----|--------|-----|
| | Неделя | | 15 2/6 | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 8 | 8 | 8 | 8 |
| Практические | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Итого ауд. | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Контактная работа | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Сам. работа | 48 | 48 | 48 | 48 |
| Часы на контроль | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-----|---|
| 1.1 | сформировать у магистрантов знания о рынке рекламы, способах взаимодействия и управления его субъектами и оценкой экономической эффективности, а также знания основных принципов управления рекламой вместе с навыками и умениями эффективного принятия инновационных рекламных решений в процессе профессиональной деятельности и умениями адаптироваться в условиях цифровой экономики. |
|-----|---|

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

ОПК-1: Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

методы адаптации к новым ситуациям; инновации, методы их анализа и оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной; основы проектирования, разработки, экспертизы и рекламы новых товаров и услуг, бренд-технологии (соотнесено с индикатором ОПК-1.1)

Уметь:

переоценивать накопленный опыт; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной; проектировать и разрабатывать бренд-технологии в рекламной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.2)

Владеть:

навыками анализа своих возможностей; способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности в условиях цифровой экономики; навыками поиска идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, применять их к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности (соотнесено с индикатором ОПК-1.3)