

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:33:30

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Современные рекламные технологии в цифровой экономике

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	87	87	87	87
Часы на контроль	9	9	9	9
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)