

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Профессиональный электив: Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

развитие теоретических знаний концепции клиентского опыта, практических навыков и компетенций, необходимых для эффективного управления клиентским опытом

Задачи освоения дисциплины:

- приобретение знаний о СХ-концепции
- получение необходимых знаний и навыков по проведению СХ-исследований
- овладение практическими навыками разработки СХ-стратегии на основе результатов исследований

- МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

Дисциплина «Профессиональный электив: Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения» относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 6 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

Формируются на основе дисциплин «Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Методы научных исследований», «Основы конфликтологии», «Основы предпринимательского права», «Технологии имиджмейкинга», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Социальное предпринимательство». Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационного обеспечения управленческой деятельности, задачи анализа внутренней и внешней среды организации. Знания и навыки, полученные при изучении особенностей организации маркетинговых исследований в рекламе и PR, позволят студентам принимать эффективные управленческие решения в их будущей профессиональной деятельности по планированию, организации и контролю маркетинга на предприятии в современных условиях.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин: «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Управление общественным мнением», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Цифровой маркетинг», «Поведение потребителей», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Интернациональная и национальная реклама», Учебная и производственные практики, ГИА.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

| | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---|
| ОПК-7 учитывать последствия | Способность эффекты и своей | Знать основы проведения и организации СХ-исследований, способы получения и анализа исследовательской информации |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---|

| | |
|--|--|
| профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | Уметь использовать методики и техники проведения опросов потребителей в рыночных исследованиях Владеть навыками разработки программы и инструментария СХ-исследования |
|--|--|

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
- проведение групповых дискуссий, практических занятиях
- выполнение практических домашних заданий, направленных на обработку практических навыков

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях, участию в деловых играх на практических занятиях;
- подготовка к зачету непосредственно перед ними.

5. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами), оценка практических домашних заданий, оценка участия в групповых дискуссиях.

Промежуточная аттестация проводится в форме: проверки практических заданий.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.