

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:33:25
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bec9c7cad2d0ced9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Уровень образования бакалавриат
Направление подготовки 42.03.01
Реклама и связи с
общественностью
Реклама и связи с
общественностью

Направленность (профиль)

Срок освоения
образовательной программы 4 года, 5 лет
по очной форме обучения

Форма(-ы) обучения Очная, заочная

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» изучается в пятом семестре

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является получение теоретических знаний о принципах построения и деятельности подразделений по рекламе и связям с общественностью в современной организации; формирование у студентов навыков оперативного планирования и оперативного контроля над рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; изучение методов анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-ОПК-4.1 Соотнесение социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Изучение социологических данных и их соотнесение с запросами и потребностями общества и отдельных целевых групп / групп общественности
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-ОПК-4.2 Использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	Использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ИД-ОПК-4.3 Учет основных характеристик целевой аудитории при создании медиапродукта	Умение учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродукта

деятельности решения поставленной ОПК-6 источников Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-ОПК-6.1 Определение релевантных для решения поставленной задачи источников информации, включая национальные и международные базы данных и электронные библиотечные системы	Определение релевантных для задачи информации, включая национальные и международные базы данных и электронные библиотечные системы
--	--	--

Способен

планировать и

3

проводить маркетинговые исследования, интерпретировать их результаты, разрабатывать практически значимые рекомендации, использовать результаты исследований для планирования рекламных и PRкампаний, реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	ИД-ПК-1.1 Организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИДПК-1.2 Применение современных информационнокоммуникационных технологий, в том числе интернеттехнологий для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований	ИД-ПК-1.1 Организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-ПК-1.2 Применение современных информационно- коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований
---	---	---

1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
По заочной форме обучения	4	з.е.	128	час.