

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
 Должность: Ректор  
 Дата подписания: 25.06.2024 16:35:49  
 Уникальный программный ключ:  
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Проектирование рекламных креативов

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01      Сервис
Направленность (профиль)	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	очная / заочная / очно-заочная

Учебная дисциплина «Проектирование рекламных креативов» изучается в восьмом семестре.  
 Курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены.

1.1.    Форма промежуточной аттестации  
 зачет.

1.2.    Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3.    Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности.
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

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

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен к развитию сервисной деятельности в соответствии с изменениями конъюнктуры рынка и спроса потребителей	ИД-ПК-3.1 Использование методов и приемов планирования и прогнозирования деятельности предприятий (подразделений)	- Использует нейромаркетинговые инструменты для оптимизации расходов на маркетинговые коммуникации. - Умеет тестировать и прогнозировать эффективность продуктов и маркетинговых креативов.
	ИД-ПК-3.2 Использование основных положений теорий развития бизнеса	- Умеет оптимизировать клиентский путь с учетом реализации нейромаркетинговых инструментов

Общая трудоёмкость учебной дисциплины учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по очно-заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.