

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.06.2024 12:45:29
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab014

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и реализация рекламных кампаний

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	39.04.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология маркетинга и рекламы
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очная

Учебная дисциплина «Планирование и реализация рекламных кампаний» изучается в первом семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

первый семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Планирование и реализация рекламных кампаний» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Планирование и реализация рекламных кампаний» являются:

- освоение основных этапов рекламного процесса.
- понимание социологических аспектов рекламы.
- овладение навыками анализа рынка и аудитории.
- разработка рекламных стратегий.
- изучение медийных аспектов рекламы.
- работа с брендами и идентичностью.
- овладение креативными навыками.
- измерение и оценка эффективности рекламы.
- проектирование интегрированных кампаний.
- работа в команде и управление проектами.
- анализ кейсов и практических задач.
- формирование у обучающихся компетенции, установленной образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-4 Способен разрабатывать предложения и рекомендации	ИД-ОПК-4.2 Анализ рисков внедрения результатов социальных проектов и мероприятий

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
для проведения социологической экспертизы и консалтинга	
ПК-3 Способен осуществлять организацию и проведение исследований эффективности деятельности маркетинговых служб в организации и разрабатывать рекомендации по ее оптимизации	ИД-ПК-3.1 Организация и проведение исследований эффективности деятельности маркетинговых служб в организации
	ИД-ПК-3.2 Разработка рекомендаций по оптимизации эффективности деятельности маркетинговых служб в организации

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	144	час.
---------------------------	---	------	-----	------