

Рекламный менеджмент в социокультурном сервисе

Закреплена за кафедрой
Учебный план

Кафедра Экономики и управления
43.03.01_Сервис_2018.plx
Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Профиль: Социально-культурный сервис

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	формирование базовых теоретических знаний и методических основ управления рекламной, деятельностью практических навыков планирования, принятия управленческих решений в рекламной деятельности.
2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса	
Знать:	
- направления и методы информационно-коммуникационных технологий; представления о рекламном менеджменте	
Уметь:	
- использовать различные источники информации по объекту сервиса;	
Владеть:	
- навыками практическими методами рекламного менеджмента;	
ПК-7: готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий	
Знать:	
-экономические и социальные условия основы управления рекламной, деятельностью;	
Уметь:	
-оценивать экономические и социальные условия процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;	
Владеть:	
-навыками разработки процесса предоставления рекламных услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;	
В результате освоения дисциплины обучающийся должен	
2.1	Знать:
- направления и методы информационно-коммуникационных технологий; представления о рекламном менеджменте	
-экономические и социальные условия основы управления рекламной, деятельностью;	
2.2	Уметь:
- использовать различные источники информации по объекту сервиса;	
-оценивать экономические и социальные условия процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;	
2.3	Владеть:
- навыками практическими методами рекламного менеджмента;	
-навыками разработки процесса предоставления рекламных услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;	

Наименования видов учебной деятельности	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Период изучения	3 курс, 5 семестр	4 курс
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в том числе:	54	12
Лекции	18	2
Практические занятия	36	2
Самостоятельная работа	90	128
Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой	-	4
Трудоемкость дисциплины за семестр	144	144