

## 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)	
<b>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</b>	
<b>Знать:</b>	
- направления и методы информационно-коммуникационных технологий; представления о рекламном менеджменте	
<b>Уметь:</b>	
- использовать различные источники информации по объекту сервиса;	
<b>Владеть:</b>	
- навыками практическими методами рекламного менеджмента;	
<b>ПК-7: готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий</b>	
<b>Знать:</b>	
-экономические и социальные условия основы управления рекламной, деятельностью;	
<b>Уметь:</b>	
-оценивать экономические и социальные условия процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;	
<b>Владеть:</b>	
-навыками разработки процесса предоставления рекламных услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;	
<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b>	
<b>2.1</b>	<b>Знать:</b>
- направления и методы информационно-коммуникационных технологий; представления о рекламном менеджменте	
-экономические и социальные условия основы управления рекламной, деятельностью;	
<b>2.2</b>	<b>Уметь:</b>
- 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;	
<b>2.3</b>	<b>Владеть:</b>
- 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;	

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