

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг в коммерческих и государственных структурах» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Формирование у магистрантов научного представления о современной маркетинговой системе коммуникаций, ознакомление учащихся с основными понятиями и определениями, используемыми в сфере маркетинга.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение и закрепление теоретических основ маркетинговой деятельности;
- изучение видов и особенностей стратегий маркетинговой деятельности различных предприятий;
- овладение умениями и навыками разработки ведущих маркетинговых стратегий.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИД-1УК-1 Осуществляет анализ критических ситуаций и определяет направленность деятельности в научной, информационно-правовой и профессиональной сфере

2.2 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИД-1ПК-2 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИД-2ПК-2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Содержание дисциплины

Теоретические аспекты стратегического маркетинга

- Оценка привлекательности рынка. Маркетинговые стратегии: сущность,

классификация. Разработка стратегии сегментирования.