

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164437	Профессиональный курс 2

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	кандидат социологически х наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Профессиональный курс 2**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль направлен на формирование управленческих навыков обучающихся, нацелен на освоение навыков планирования, организации и координирования компании, коллектива и профессиональной деятельности по разработке и реализации стратегии продвижения бренда с использованием инструментов комплекса интернет-маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Профессиональный курс 2	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Профессиональный курс 2	ПК-6 - Способен принимать участие в управлении внешними и внутренними коммуникациями фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы,	З-1 - Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность З-2 - Передовой отечественный и зарубежный опыт З-3 - Методы и инструменты эффективного менеджмента

	<p>оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>З-4 - Экспертный анализ и методы оценки рисков</p> <p>У-1 - Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ</p> <p>У-2 - Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий</p> <p>У-3 - Определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта</p> <p>У-4 - Ставить цели и определять пути их достижения</p> <p>П-1 - Анализ эффективности продвижения продукции СМИ</p> <p>П-2 - Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ</p> <p>П-3 - Выбор оптимального плана подготовки и реализации продукта</p> <p>П-4 - Оценка возможных рисков при создании продукта</p> <p>П-5 - Расчет финансовых средств, необходимых для создания нового продукта</p>
	<p>ПК-7 - Способен принимать участие в разработке и реализации стратегии продвижения марки и бренда на основе анализа данных маркетинговых исследований: ее миссии и видения, коммуникационной и информационной политики, PR-стратегии, корпоративной культуры, имиджа, репутации, бренда</p>	<p>З-1 - Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>У-1 - Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>У-2 - Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p> <p>У-3 - Определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта</p> <p>У-4 - Ставить цели и определять пути их достижения</p> <p>У-5 - Формировать имидж продукта</p> <p>П-1 - Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование</p>

		<p>коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>П-2 - Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>П-3 - Разработка производственного графика создания продукта</p> <p>П-4 - Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом</p> <p>П-5 - Разработка маркетинговых планов продвижения бренда</p>
	<p>ПК-15 - Способен к управленческой деятельности, в том числе планировать, организовывать и координировать деятельность коллектива или организации</p>	<p>З-1 - Характеризовать долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование деятельности организаций</p> <p>З-2 - Знать подходы, методы, инструменты принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций</p> <p>З-3 - Понимать критерии отбора верных управленческих решений в области планирования, организации и координирования профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Осуществлять долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование деятельности организаций</p> <p>У-2 - Участвовать в разработке и внедрении систем управления эффективностью деятельности</p> <p>У-3 - Выбирать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций</p> <p>У-4 - Осуществлять управленческий анализ организации</p> <p>П-1 - Самостоятельно предлагать обоснованные управленческие решения в профессиональной сфере</p> <p>П-2 - Применять методы принятия стратегических, тактических и оперативных</p>

		<p>решений в управлении деятельностью организаций</p> <p>П-3 - Осуществлять критическую оценку вариантов управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности</p> <p>Д-1 - Демонстрировать самостоятельность, инициативность, ответственность в управленческой деятельности</p>
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Профессиональный курс 2

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Голубкова Екатерина Александровна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1.	T1.	<p>Дисциплина является вариативным профессиональным курсом, формирующим индивидуальную траекторию обучения студента. Дисциплина направлена на формирование управленческих навыков обучающихся.</p> <p>Содержание дисциплины вариативно и зависит от выбранной траектории обучения студента. Дисциплина предполагает освоение навыков планирования, организации и координирования компании, коллектива и профессиональной деятельности по разработке и реализации стратегии продвижения бренда с использованием инструментов комплекса интернет-маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Конкретное содержание дисциплины, которое может выбрать студент в рамках индивидуальной образовательной траектории, представлено в описании модулей учебного процесса (МУПов) в информационной системе Modeus (https://urfu.modeus.org/).</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности Технология самостоятельной работы	ПК-15 - Способен к управленческой деятельности, в том числе планировать, организовывать и координировать деятельность коллектива или организации	Д-1 - Демонстрировать самостоятельность, инициативность, ответственность в управленческой деятельности

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональный курс 2

Электронные ресурсы (издания)

1. Чернатони, Л., Л., Клебче, Г. А.; Бренддинг: как создать мощный бренд : учебник.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470> (Электронное издание)
2. Белоусова, Л. А.; Бренд-менеджмент: конспекты лекций : курс лекций.; Уральский государственный технический университет, Екатеринбург; 2005; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39350> (Электронное издание)
3. Блинов, М. Ф.; Антикризисное управление организацией : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86432> (Электронное издание)
4. Годин, А. М.; Бренддинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899> (Электронное издание)
5. Котлер, Ф., Ф., Суханова, М.; Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (Электронное издание)
6. Алихаджиев; Управление стратегиями продвижения товарных марок на российском рынке табачной продукции в изменяющихся рыночных условиях : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. ; Волгоград; 2015 <http://dlib.rsl.ru/rsl01005000000/rsl01005563000/rsl01005563951/rsl01005563951.pdf> (Электронное издание)
7. Белый, Е. М.; Управление проектами : конспект лекций.; Ай Пи Эр Медиа, Саратов; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/70287.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Ильин, В. В.; Руководство качеством проектов. Практический опыт; Вершина, Москва ; СПб.; 2006 (17 экз.)

2. Белый, Е. М.; Управление проектами : учеб.-метод. комплекс.; [УлГУ], Ульяновск; 2006 (4 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>.
2. Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>.
3. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>.
4. ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа». Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>.
5. Электронный каталог Зональной научной библиотеки УрФУ. Режим доступа <http://opac.urfu.ru/>, свободный.
6. Электронный научный архив УрФУ. Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/>.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Государственная публичная научно-техническая библиотека. Режим доступа: <http://www.gpntb.ru>, свободный.
2. Список библиотек, доступных в Интернет и входящих в проект «Либне». Режим доступа: <http://www.valley.ru/-nicr/listrum.htm>, свободный.
3. Российская национальная библиотека. Режим доступа: <http://www.rsl.ru>, свободный.
4. Библиотека В. Г. Белинского. Режим доступа: <http://book.uraic.ru>, свободный.
5. Электронно-библиотечная система «Лань». Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>
6. CONSENSUS: корпоративная сеть библиотек Урала. Режим доступа: <http://consensus.urfu.ru>.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональный курс 2

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms P7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)

		<p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p>