

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.Б.9 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях с общественностью»

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях с общественностью» является основной дисциплиной базовой части профессионального цикла дисциплин (Б3.Б.9) подготовки бакалавров по направлению **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**.

Дисциплина реализуется на Факультете гуманитарного образования Самарского Государственного технического университета кафедрой психологии и педагогики.

Цели и задачи освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях с общественностью» является формирование профессиональных компетенций, необходимых для реализации аналитической, научно-исследовательской, организационно-управленческой, педагогической, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

Основной задачей курса является усвоение и продуктивное использование знания системы базовых понятий и представлений о маркетинговых исследованиях и стратегическом анализе в связях с общественностью и навыки осуществления исследовательской деятельности, также углубление и закрепление знаний по анализу внутренней и внешней среды организации; приобретение практических навыков по сбору и обработке информации, использованию современных средств обработки информации; овладение навыками по структурированию задач и определению стратегий достижения поставленной цели в области связей с общественностью..

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опроса потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);
- обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);
- рекламно-информационная деятельность: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность: обладание компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);
- способность организовать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);
- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31).

Содержание дисциплины направлено на изучение: методов сбора данных; этапов процесса маркетинговых исследований; этики маркетинговых исследований; свойств и источников информации; способов организации маркетинговых исследований и ситуационного анализа.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, рубежный контроль в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета (6 семестр) и экзамена (7 семестр) в конце семестра.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 24 ч, практические 48 ч, лабораторные занятия 24 ч и 21 ч самостоятельной работы студента.