

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 18.09.2023 11:39:23

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

_____ Т.А. Шебзухова
«__» _____ 20__ г.

**Аннотация по модулю «Часть, формируемая участниками образовательных
отношений. Модуль по выбору 4 (ДВ.4)»**

Наименование дисциплины (модуля)	Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Модуль по выбору 4 (ДВ.4)
Раздел модуля	Рекламная деятельность
Содержание	Предмет, метод и задачи рекламы, История возникновения и развития рекламы, Социально-психологические основы реклам, Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций, Правовое регулирование рекламной деятельности
Формируемые компетенции	ПК-7 - Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; консалтинга; стратегического и тактического планирования и организации производства
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Код компетенции: ПК-7 Знать: основы управления поведением персонала, теории поведения личности в организации; основы формирования слаженного, нацеленного на результат трудового коллектива Уметь: диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению; организовывать командное взаимодействие для решения задач по управлению персоналом; участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; формулировать проектную идею, выявлять пути оптимизации организационной структуры управления проектами; Владеть: современными технологиями управления коммуникативным поведением персонала, навыками формирования организационных установок, умением применять инструменты прикладной социологии в формировании и воспитании трудового коллектива в организации; методикой реализации программы организационного развития и изменений; способностью участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий
Трудоемкость, з.е.	3
Форма отчетности	Зачет

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — 978-5-9729-0178-4. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69015.html 2. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Нордфальт Йенс— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34788.html.— ЭБС «IPRbooks»
Дополнительная литература	1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/81577.html (дата обращения: 21.10.2019). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей 2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57160.html