

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Экономика, финансы и управление»**

**ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ**

**Рабочая программа дисциплины  
для подготовки бакалавров заочная форма  
для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**

**профиль Интегрированные коммуникации**

**год утверждения программы: 2021**

**Разработчик рабочей программы дисциплины: И.А. Фирсова**

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»*

*протокол № 01 от 01 сентября 2022 г.*

**Челябинск, 2022**

## Содержание Приложения

### 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций с указанием индикаторов) их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторам и достижения компетенции
<b>УК-8</b>	Способность и готовность к самоорганизации, продолжению образования, самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>1. Управляет своим временем, проявляет готовность к самоорганизации, планирует и реализует намеченные цели деятельности.</p> <p>2. Демонстрирует интерес к учебе и готовность к продолжению образования и самообразованию, использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.</p> <p>3. Применяет знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности и карьерного роста</p>	<p><b>Знать:</b> теоретические основы самоменеджмента и управления временем;  <b>Уметь:</b> демонстрировать уровень интеллектуального и культурного развития и стремиться к его основам общего управления организацией: структуры, функции, процессы взаимодействия;</p> <p><b>Знать:</b> принципы образования в течение всей жизни для саморазвития  <b>Уметь:</b> анализировать факторы внешней и внутренней среды и оценивать степень их воздействия на деятельность предприятий;  анализировать факторы внешней и внутренней среды и оценивать степень их воздействия на деятельность предприятий;</p> <p><b>Знать:</b> основные особенности самоменеджмента, его социальную структуру;  о своих личностно-психологических ресурсах  <b>Уметь:</b> использовать современные методы управления временем; методы и приемы анализа возможностей для построения карьеры; управлять собой, определять свои цели и планировать собственную деятельность;</p>

<b>УК-9</b>	Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении	<p>1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.</p> <p>2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении.</p> <p>3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знать:</b> стратегии сотрудничества и эффективного взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной цели  <b>Уметь:</b> осуществлять обмен информацией, опытом с членами команды, презентовать результаты работы</p> <p><b>Знать:</b> этические нормы в межличностном профессиональном общении  <b>Уметь:</b> соблюдать этические нормы в межличностном профессиональном общении особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности</p> <p><b>Знать:</b> особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности  <b>Уметь:</b> понимать и учитывать особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности</p>
<b>ПКП-3</b>	Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций	<p>1. Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей</p> <p>2. Предлагает способы организации производства и распространения пакетов</p>	<p><b>Знать:</b> методы расчета потребности и доступности ресурсов для коммуникационных активностей  <b>Уметь:</b> рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей</p> <p><b>Знать:</b> способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной</p>

		<p>коммуникационной продукции</p> <p>3.Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций</p>	<p>продукции</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать и обосновывать способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции</p> <p><b>Знать:</b> способы организации программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций</p>
<b>ПКП-4</b>	Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией объектом	<p>1.Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей</p> <p>2.Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта</p> <p>3.Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> порядок организации работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей</p> <p><b>Знать:</b> методы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта.</p> <p><b>Уметь:</b> координировать работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта.</p> <p><b>Знать:</b> способы защиты результатов коммуникации</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять подготовку к защите результатов коммуникации</p>

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)**

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 6 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 з.е. / 144</b>	<b>4 з.е. / 144</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
Лекции	4	4
Семинары, практические занятия	8	8
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>132</b>	<b>132</b>
Вид текущего контроля	Эссе	Эссе
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

**5.2. Учебно-тематический план**

№ п/ п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего часов	Аудиторная работа				Самост оательн ая работа	
			Общая	Лекции	Семинары, практическ ие занятия	Занятия в интеракт ивных формах		
1.	Введение	16	2	1	1	1	14	Дискуссия (круглый стол)
2.	Тема 1. Маркетинг как философия рынка	14	-	-	-	-	14	Подготовка проблемных докладов, дискуссия
3.	Тема 2. Сущность и особенности стратегическог о маркетинга, функции и задачи	16	2	1	1	1	14	Подготовка проблемных докладов, дискуссия
4.	Тема 3. Современная модель стратегическог о маркетинга	14	-	-	-	-	14	Подготовка проблемных докладов, дискуссия, решение задач.
5.	Тема 4. Анализ потребностей базового рынка	16	2	1	1	1	14	Устный опрос, расчетная аналитическая сквозная работа, решение задач
6.	Тема 5. Анализкак основа	15	1	-	1	1	14	Устный опрос, расчетная аналитическая

	обоснования формирования маркетинговой стратегии							сквозная работа, решение задач
7.	Тема 6. Стратегии, определяющие перспективу развития организации	14	2	1	1	1	12	Подготовка проблемных докладов, дискуссия
8.	Тема 7. Типы стратегий	13	1	-	1	1	12	Устный опрос, расчетная аналитическая
9.	Тема 8. Реализация маркетинговой стратегии	13	1	-	1	1	12	Подготовка проблемных докладов, дискуссия
10.	Тема 9. Методология управления стратегическим маркетингом	13	1	-	1	1	12	Подготовка проблемных докладов, дискуссия
11.	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>132</b>	Согласно учебному плану: эссе
	<b>Итого в %</b>					<b>67</b>		

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

**УК-8 Способность и готовность к самоорганизации, продолжению образования, самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни**

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1. Управляет своим временем, проявляет готовность к самоорганизации, планирует и реализует намеченные цели деятельности.	<b>Знать:</b> теоретические основы самоменеджмента и управления временем; <b>Уметь:</b> демонстрировать уровень интеллектуального и культурного развития;	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> теоретические основы самоменеджмента и управления временем; <b>Уметь:</b> демонстрировать уровень интеллектуального и культурного развития и стремиться к его основам;	Продвинутый уровень

	<b>Знать:</b> теоретические основы самоменеджмента и управления временем; <b>Уметь:</b> демонстрировать уровень интеллектуального и культурного развития и стремиться к его основам общего управления организацией: структуры, функции, процессы взаимодействия;	Высокий уровень
2. Демонстрирует интерес к учебе и готовность к продолжению образования и самообразованию, использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.	<b>Знать:</b> принципы образования в течение всей жизни для саморазвития <b>Уметь:</b> анализировать факторы внешней и внутренней среды	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> принципы образования в течение всей жизни для саморазвития <b>Уметь:</b> анализировать факторы внешней и внутренней среды и оценивать степень их воздействия на деятельность предприятий	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> принципы образования в течение всей жизни для саморазвития <b>Уметь:</b> анализировать факторы внешней и внутренней среды и оценивать степень их воздействия на деятельность предприятий; анализировать факторы внешней и внутренней среды и оценивать степень их воздействия на деятельность предприятий	Высокий уровень
3. Применяет знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности и карьерного роста	<b>Знать:</b> основные особенности самоменеджмента, его социальную структуру; <b>Уметь:</b> использовать современные методы управления временем; методы и приемы анализа возможностей для построения карьеры	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> основные особенности самоменеджмента, его социальную структуру; <b>Уметь:</b> использовать современные методы управления временем; методы и приемы анализа возможностей для построения карьеры; управлять собой, определять свои цели и планировать собственную деятельность	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> основные особенности самоменеджмента, его социальную структуру; о своих личностно-психологических ресурсах <b>Уметь:</b> использовать современные методы управления временем; методы и приемы анализа возможностей для построения карьеры; управлять собой, определять свои цели и планировать собственную деятельность;	Высокий уровень

**УК-9 Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении**

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.	<b>Знать:</b> стратегии сотрудничества и взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной цели <b>Уметь:</b> осуществлять обмен информацией	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> стратегии сотрудничества и эффективного взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной цели <b>Уметь:</b> осуществлять обмен информацией, опытом с членами команды	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> стратегии сотрудничества и эффективного взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной цели <b>Уметь:</b> осуществлять обмен информацией, опытом с членами команды, презентовать результаты работы	Высокий уровень
2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении.	<b>Знать:</b> этические нормы в профессиональном общении <b>Уметь:</b> соблюдать этические нормы в межличностном профессиональном общении	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> этические нормы в межличностном профессиональном общении <b>Уметь:</b> соблюдать этические нормы в межличностном профессиональном общении	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> этические нормы в межличностном профессиональном общении <b>Уметь:</b> соблюдать этические нормы в межличностном профессиональном общении особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	Высокий уровень
3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> особенности поведения участников команды <b>Уметь:</b> понимать и учитывать особенности поведения участников команды	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности <b>Уметь:</b> понимать и учитывать особенности поведения участников команды	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности <b>Уметь:</b> понимать и учитывать особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	Высокий уровень



**ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций**

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1. Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей	<b>Знать:</b> потребности и доступности ресурсов для коммуникационных активностей <b>Уметь:</b> рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> расчет потребности и доступности ресурсов для коммуникационных активностей <b>Уметь:</b> рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> методы расчета потребности и доступности ресурсов для коммуникационных активностей <b>Уметь:</b> рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей	Высокий уровень
2. Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	<b>Знать:</b> организацию производства и распространения пакетов коммуникационной продукции <b>Уметь:</b> выбирать способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции <b>Уметь:</b> обосновывать способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции <b>Уметь:</b> выбирать и обосновывать способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	Высокий уровень
3. Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций	<b>Знать:</b> способы организации программ для системы интегрированных коммуникаций <b>Уметь:</b> организовывать проекты для системы интегрированных коммуникаций	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> способы организации программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций <b>Уметь:</b> организовывать проекты для системы интегрированных коммуникаций	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> способы организации программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций <b>Уметь:</b> организовывать программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций	Высокий уровень

**ПКП-4 Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией объектом**

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1.Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	<b>Знать:</b> порядок организации работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей <b>Уметь:</b> организовывать работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> порядок организации работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей <b>Уметь:</b> организовывать работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> порядок организации работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей <b>Уметь:</b> организовывать работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	Высокий уровень
2.Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта	<b>Знать:</b> методы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. <b>Уметь:</b> координировать работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта.	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> методы использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. <b>Уметь:</b> выполнять работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта.	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> методы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. <b>Уметь:</b> координировать работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта.	Высокий уровень
3.Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации	<b>Знать:</b> основы защиты результатов коммуникации <b>Уметь:</b> осуществлять подготовку к защите результатов коммуникации	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> способы защиты результатов коммуникации <b>Уметь:</b> осуществлять подготовку к защите результатов коммуникации	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> способы защиты результатов коммуникации <b>Уметь:</b> планировать и осуществлять подготовку к защите результатов коммуникации	Высокий уровень

## Этапы формирования компетенций

№	Тема занятия	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенции (знания/умения)
1.	Качество жизни населения	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
2.	Потребности человека, определяющие его потребительское поведение	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Уметь:</b> моделировать целевые аудитории, с которыми организация планирует сотрудничать, <b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
3.	Основные теоретико-методологические подходы к исследованию потребительского поведения населения	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
4.	Маркетинг потребительских отношений: основные подходы к исследованию	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
5.	Влияние внешних социальных факторов на потребительское поведение населения в условиях глобализации рынков и динамических изменений в кросскультурных вариациях поведения потребителей.	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации

6.	Социальное положение и маркетинг: аспекты социальной стратификации	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
7.	Социальные группы и групповые коммуникации. Семья и домохозяйство	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
8.	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие, обучение, идентификация продукта	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества, с которым организация планирует сотрудничать, строить отношения или оказывать влияние. <b>Уметь:</b> моделировать целевые аудитории, с которыми организация планирует сотрудничать,
9.	Внутренние факторы поведения потребителей: мотивация	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
10.	Внутренние факторы поведения потребителей: эмоции потребителя, личностные ценности, стиль жизни и ресурсы потребителей	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
11.	Внутренние факторы поведения потребителей: знания и отношения	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности планирования коммуникационной стратегии на основе годового, квартального, месячного плана мероприятия <b>Уметь:</b> реализовывать

				коммуникационные стратегии на основе годового, квартального, месячного плана мероприятия
12.	Процесс принятия решения потребителями	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности планирования коммуникационной стратегии на основе годового, квартального, месячного плана мероприятия <b>Уметь:</b> реализовывать коммуникационные стратегии на основе годового, квартального, месячного плана мероприятия
13.	Осознать потребителем потребности и информационный поиск продукта	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
14.	Оценка и выбор покупателем альтернативного продукта	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
15.	Покупка, покупочные намерения и типы покупок	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
16.	Процессы после покупки. После покупочный диссонанс	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения

				исследуемых целевых аудиторий
17.	Общество и организации: аспекты делового покупательского поведения	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
18.	Консьюмеризм, этика и социальная политика в условиях рыночных отношений	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
19.	Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
20.	О влиянии рекламы на поведение потребителя	УК-8 УК-9 ПКП-3 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий

### Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
УК-8	Реферат, Обсуждение вопросов	Реферат, Обсуждение вопросов Тест	Реферат, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач
УК-9	Реферат, Обсуждение вопросов	Реферат, Обсуждение вопросов Тест	Реферат, Обсуждение вопросов Тест Решение

			практических задач
ПКП-3	Реферат, Обсуждение вопросов	Реферат, Обсуждение вопросов Тест	Реферат, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач
ПКП-4	Реферат, Обсуждение вопросов	Реферат, Обсуждение вопросов Тест	Реферат, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач