

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 Маркетинг и продвижение собственных продуктов

Код и наименование направления подготовки, профиль: 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Предпринимательство в образовании

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-8 Способен разрабатывать инструменты и проводить оценку качества реализации дополнительных образовательных программ	ПК-8.2 Использует маркетинговые инструменты и методы для разработки стратегии продвижения образовательной организации/программы	на уровне знаний: современные технологии продвижения продуктового маркетинга в искусстве; принципы и методы построения современного бренда и продукта на уровне умений: разрабатывать маркетинговую стратегию организации, анализировать эффективность использования различных инструментов продвижения продукта на уровне навыков: планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии
ПК-9 Способен развивать социальное партнерство и продвижение услуг дополнительного образования детей и взрослых	ПК-9.2 Понимает особенности построения маркетинговых коммуникаций с потенциальными партнерами	на уровне знаний: основные понятия, принципы и концепции современного маркетинга и специфики в диджитал; критерии сегментации аудитории, формирование архетипов и поведенческих характеристик на уровне умений: находить заинтересованных лиц и организации, развивать формальные (договорные, организационные) и неформальные формы взаимодействия с ними на уровне навыков: поиска и оценки новых рыночных возможностей продукта и бренда.

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины, час.	
	Всего	Семестр
		8
Очная форма обучения		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	28	28

лекционного типа (Л)			
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		28	28
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		152	152
Промежуточная аттестация	форма	экзамен	экзамен
	час.	36/ 1	36/ 1
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		216/ 6	216/ 6

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л/ Д О Т	ЛР/ДО Т	ПЗ /ДОТ		
Очная форма обучения							
Тема 1	Основы маркетинговой стратегии и целеполагание	20			2	18	Опрос, домашнее задание
Тема 2	Формирование аудитории и бренд-стратегия	22			4	18	Опрос, домашнее задание
Тема 3	Карта путешествия потребителя/пользователя	26			2	24	Опрос, домашнее задание
Тема 4	Маркетинговые исследования и использование данных	12			2	10	Опрос, домашнее задание
Тема 5	Контент-маркетинг и комьюнити-менеджмент	26			6	20	Опрос, домашнее задание
Тема 6	Каналы диджитал-продвижения	34			6	28	Опрос, домашнее задание
Тема 7	Финансы и бюджетирование	14			2	12	Опрос, домашнее задание
Тема 8	Сбор данных и аналитика	26			4	22	Опрос, домашнее задание
Промежуточная аттестация		36					Экзамен
Всего:		216/6			28	152	

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

Основная литература:

1. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472956>