

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
направлению Реклама и СО



Утверждаю

Директор Института
Маркарян К.В.

«24». 08. 2023г.

Институт: _____ **Медиа, Рекламы и Кино** _____
Название института

Кафедра: _____ **Креативных индустрий** _____
Название кафедры

Автор(ы): _____ **Татевосян Н.А.,**
Ученое звание, ученая степень, Ф.И.О

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинговые проекты на армянском рынке

Для бакалавриата:

Направление: 42.03.0 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

ЕРЕВАН

1. Паспорт дисциплины:

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.02.02

Наименование и код специальности подготовки 42.03.01- «Реклама и СО»

Год обучения: 4

Форма обучения: очная

Семестр: 4

Общее кол-во часов на дисциплину 108

Аудиторное кол-во часов на дисциплину 36, из которых – 36 часа практические занятия и 72 часов самостоятельная работа.

2. Аннотация

Дисциплина «Маркетинговые проекты на армянском рынке» представляет из себя практическое применение теоретических основ маркетинга на конкретном рынке. Методы анализа рынка, его специфику, особенности. Определение важности маркетинга для организации. Разновидности применяемых тактик на рынке РА. Определение проекта, из чего он состоит. Изучение отраслей экономики РА, рассматривание методик и стратегий маркетинга, применяемых в отраслях. Инновации. Этические нормы и законодательные основы в РА по части маркетинга.

2.1. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина «Маркетинговые проекты на армянском рынке» тесно взаимосвязана как с общим курсом «Маркетинга», а также с дисциплиной «Экономика».

2.2. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)

Для полного освоения курса дисциплины «Маркетинговые проекты на армянском рынке» студент должен владеть следующими основными знаниями, умениями и навыками:

- Иметь базовые знания о теории маркетинга;
- Владеть основными знаниями в экономической теории и понимать структуру работы рынка;
- Понимать структур и особенности маркетинговых компаний;
- Владеть навыками командной работы;
- Владеть навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;

2.2. Предварительное условие для прохождения (дисциплина(ы), изучение которых является необходимой базой для освоения данной дисциплины)

Курс дисциплины во многом опирается на знания о теории и моделях маркетинга,

каналах применения. Также для успешного усвоения данной дисциплины необходимы фундаментальные знания в области экономики, управления, психологии.

3. Содержание

3.1. Цели задачи дисциплины

Цель данной дисциплины заключается в том, чтобы создать практическую базу навыков о сути маркетинговых компаний, необходимости их проведения, каналов продвижения, методах анализа рынка. Одной из главных задач дисциплины является создание нового взгляда у студентов на проведение кампаний, обучение самостоятельности и выбору нужной кампании для определенной отрасли. Обучение составлению маркетингового плана для определенной компании или организации.

3.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины)

После прохождения курса дисциплины студентами должны быть освоены следующие знания и навыки:

- Теоретическая и методологическая основа формирования маркетинговой кампании в организации;
- Умение нахождения верной миссии и цели маркетинговой кампании ;
- Методы анализ рынка;
- Овладение знаниями диагностики и оценки существующих целей организации
- Составление маркетингового плана для конкретного продвижения нового продукта или услуги, бренда;
- Умение сочетать профессиональную этику и корпоративную культуру для достижения основных целей и задач организации.

3.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Курс «Маркетинговые проекты на армянском рынке» рассчитан на один семестр 36 часов. Курс изучается в форме практических занятий. В конце семестра студенты сдают зачет в виде проекта.

4. Содержание разделов и тем дисциплины

Необходимо отметить, что дисциплина является более практической и направлена на развитие навыков в создании маркетинговой кампании для организации и развитию профессиональных навыков.

- Маркетинг в меняющемся мире;
- Стратегическое планирование и маркетинг;
- Глобальная маркетинговая среда;
- Социальная ответственность и маркетинговая этика;
- Разновидность рынков и отраслей экономики РА;
- Проведение маркетинговых исследований;
- Составление маркетингового плана;
- Работа над проектами по конкретным организациям. Создание маркетингового плана.

5. Теоретический блок

5.1. Учебно-методическое обеспечение - практические навыки

Рекомендуемая литература

1. Филипп Котлер «Основы маркетинга», 2018
2. Даниэль Канеман «Думай медленно... решай быстро», 2017
3. Джек Траут «Дифференцируйся или умирай!...», 2010
4. Энди Серновиц «Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить», 2016
5. Дональд Миллер «Building a StoryBrand:...», 2017
6. Йенс Нордфальт «Ритейл-маркетинг», 2019

Дополнительная литература

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М.: Дело, 1992г.
2. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л.Брю Экономика, 2005
3. Мизелева Г.С., Балакина И.В., Эйдельман Я.Л. Корпоративная культура: взгляд изнутри

6. Методический блок

6.1. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики

Преподавание учебной дисциплины «Маркетинговые проекты на территории РА» строится на сочетании лекций, семинарских, а также самостоятельной работы студентов.

На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы содержания дисциплины, передаются практические знания в данной области на основе опыта работы преподавателя в международных кампаниях в РА. Лекции проводятся в интерактивной форме с участием студентов в обсуждении, обеспечением «обратной связи» между преподавателем и студентами.

