


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
А-аннотация рабочей программы по дисциплине		

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Моделирование рекламных воздействий»
по направлению 38.03.01 «Экономика» (бакалавриат)
профиль «Финансы и кредит»**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины.

- получение студентами знаний о методах математического моделирования рекламных воздействий;
- подготовка студентов к научной и практической деятельности в области маркетинговых исследований;
- формирование навыков анализа и выбора нужной стратегии рекламной деятельности.

Предметом изучения дисциплины являются математические модели рекламных воздействий, методы анализа моделей рекламных стратегий.

Задачи освоения дисциплины:


- изучение постановки проблем, возникающих при анализе рекламных вложений;
- освоение основных методов качественного и численного анализа математических моделей рекламных воздействий;
- обучение использованию современных программных продуктов для анализа и построения решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Моделирование рекламных воздействий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) ОПОП ВО.

Освоение части компетенций обучающимися проходит одновременно при изучении дисциплин: Экономико-математические модели / Моделирование рыночного равновесия,

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Моделирование рекламных воздействий» необходимы для изучения дисциплин Корпоративные информационные системы, Финансовый менеджмент, Моделирование бизнес-процессов, Инвестиции/Инвестиционный анализ, а также при прохождении преддипломной практики, при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
А-аннотация рабочей программы по дисциплине		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-7 Способен проводить оценку эффективности вариантов бизнес-решений и осуществлять выбор оптимального решения	Знать: математические постановки задач рекламных воздействий Уметь: определять тип задач рекламных воздействий; анализировать задачи рекламных воздействий; модифицировать базовые модели под потребности прикладной проблемы Владеть: методами решения задач ОУ; методами регрессионного анализа; навыками аналитического и численного решения динамических задач рекламных воздействий; навыками создания динамической модели для анализа рекламных воздействий

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, лабораторные работы с использованием активных и интерактивных форм.

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); выполнение лабораторных работ, внеаудиторная самостоятельная работа.

6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: защита лабораторных работ, опрос.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет.