

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«Рекламная деятельность»**

## **1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. Цель изучения учебной дисциплины**

Основной целью освоения дисциплины «Рекламная деятельность» является формирование у студентов профессиональных компетенций в области теории и практики организации рекламной деятельности, проектирования рекламных кампаний для продвижения продукции на рынок и стимулирование спроса.

### **1.2. Задачи учебной дисциплины:**

- 1) приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных качественных и действенных рекламных обращений;
- 2) усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при разработке и производстве рекламной продукции;
- 3) управление рекламной деятельностью в коммерческой и некоммерческой сфере;
- 4) знакомство с новыми технологиями рекламной деятельности;
- 5) формирование системы знаний и навыков по организации рекламной кампании и оценке эффективности рекламы.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

### **2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина «Рекламная деятельность» относится к циклу Б1. «Профессиональный цикл».

### **2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Изучение дисциплины требует знания таких дисциплин, как «Маркетинг», «Основы сервисной деятельности», «Основы менеджмента».

Дисциплина «Рекламная деятельность» необходима обучающимся для освоения компетенций, формируемых следующими учебными дисциплинами: «Брендинг», «Менеджмент в малом и среднем бизнесе», «Управление продуктивностью и эффективностью в организациях», «Механизмы регулирования рынка услуг».

### 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

| Код компетенции по ГОС | Наименование компетенций  | Результат освоения (знать, уметь, владеть)  |
|------------------------|---|---|
| ОК - 3                 | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности  | <p><b>Знать:</b><br/>научно-теоретические и практико-ориентированные основы современного управления;</p>  |
|                        | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности  | <p>основные тенденции и перспективы развития управления предприятием;</p>   |
|                        | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности  | <p><b>Уметь:</b><br/>использовать знания при оценке современных социально-экономических процессов на предприятиях;</p>  |
|                        | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности  | <p><b>Владеть:</b><br/>навыками и приемами разработки управленческих решений в деятельности предприятий;<br/>навыками анализа современных моделей системы управления;</p>                                 |
| ОПК-4                  | Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации | <p><b>Знать:</b><br/>цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения рекламной деятельности;</p>  |
|                        |   | <p>правовое регулирование рекламной деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b><br/>составлять рекламные сообщения; выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;</p> |
|                        |   | <p><b>Владеть:</b><br/>умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективности рекламы;</p>   |
| ПК-9                   | Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и   | <p><b>Знать:</b><br/>рекламный процесс;<br/>виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний; оценку их эффективности.</p>  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли | <p><b>Уметь:</b></p> <p>организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность; применять действующее законодательство в области рекламы в профессиональной деятельности.</p>   |
|  |  | <p><b>Владеть:</b></p> <p>методами исследования и анализа рекламных рынков; методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей; навыками работы с рекламными агентствами; навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа; современными способами эффективной организации рекламной деятельности.</p> |

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### **Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности.**

Тема 1. Сущность и роль рекламы в рыночной экономике.

Тема 2. Социально-психологические основы рекламы.

Тема 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности.

##### **Раздел 2. Организация рекламной деятельности.**

Тема 5. Классификация рекламных средств и их применение.

Тема 6. Субъекты рекламной деятельности.

Тема 7. Создание рекламного обращения и его реализация.

Тема 8. Планирование рекламной кампании.

Тема 9. Эффективность рекламной деятельности.

#### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, практическое занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии), ситуационные задания.

##### **Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

*Лоскутова В.В., к. гос. упр., доцент кафедры менеджмента  
производственной сферы.*