

**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:

- 2.2. 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 соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК-1	Владением навыками создания интернет-магазина, электронного каталога товаров; навыками поиска и сравнения товаров, предложения и электронной продажи товаров и услуг; способами оценки экономической эффективности функционирования электронного магазина	знать: цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения рекламной деятельности; правовое регулирование рекламной деятельности;
		уметь: составлять рекламные сообщения; выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;
		владеть: умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективности рекламы;

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности.

Тема 1.1. Сущность и роль рекламы в рыночной экономике.

Тема 1.2. Социально-психологические основы рекламы.

Тема 1.3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Тема 1.4. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Раздел 2. Организация рекламной деятельности.

Тема 2.1.. Классификация рекламных средств и их применение.

Тема 2.2. Субъекты рекламной деятельности.

Тема 2.3.. Создание рекламного обращения и его реализация.

Тема 2.4. Планирование рекламной кампании.

Тема 2.5. 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
непроизводственной сферы.*