

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ОД.13 Рекламная деятельность

Семестр: 4

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: экзамен

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к базовой части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело, профиль «Коммерция».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: "Маркетинг", "Менеджмент", "Организация торговой деятельности", "Поведение потребителей товаров и услуг".

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности", "Продвижение товаров и услуг", "Управление отношениями с клиентами".

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Рекламная деятельность» является изучение студентами основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, а также контроля их эффективности, формирование стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

- в области организационно-управленческой деятельности: участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;
- в области проектной деятельности: участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- в области коммуникационной деятельности: участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- в области рекламно-информационной деятельности: разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая

текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- в области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности: участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Содержание дисциплины: Реклама как особый вид деятельности. Понятие рекламы и ее классификация. История рекламного дела и его значение в современных условиях. Регулирование рекламной деятельности в России. Реклама в системе маркетинга. Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности СМИ. Организация и планирование рекламных кампаний. Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности. Рекламные исследования как форма тактического контроля рекламных кампаний

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими профессиональными (ПК) и профильными (ПрК) компетенциями:

ПК-11 - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

ПрК-1 - способностью разрабатывать новые методы продаж и продвижения товаров на рынок

ПрК-3 - способностью выявлять на основе маркетинговых исследований эффективные сегменты рынка товаров и разрабатывать комплекс маркетинга для использования возможностей выбранных сегментов

Образовательные технологии:

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием дисциплины (раздел 5); при подготовке к аудиторным занятиям и выполнении заданий самостоятельной работы следует руководствоваться методическими указаниями настоящего раздела, раздела 6; при подготовке к промежуточной аттестации необходимо ознакомиться с требованиями раздела 7.2.4. и использовать рекомендованные учебные ресурсы разделов 8 и 9.

Обучение по дисциплине предполагает аудиторные занятия и самостоятельную работу. Аудиторные занятия проводятся в виде:

1) лекций, предусматривающих передачу учебной информации преподавателем обучающимся;

2) практических занятий (семинаров, практикумов, лабораторных занятий), обеспечивающих закрепление полученного знания, отработку планируемых навыков и получения опыта деятельности, способствующих формированию компетенций.

Составитель: И.И. Лиценберг, кафедра коммерческого товароведения