

Аннотация
рабочей программы дисциплины
Рекламная деятельность коммерческой сфере

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность: «Коммерция»

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Год набора 2019

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Рекламная деятельность» относится к обязательным дисциплинам вариативной 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», «Технологии продаж», «Управление отношениями с клиентами».

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Реклама в системе общественных отношений
2. Основные типы рекламы
3. История рекламного дела и его значение в современных условиях
4. Регулирование рекламной деятельности в России
5. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий трейд-маркетинга и мерчандайзинга
6. Реклама как инструмент бренд-менеджмента
7. Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности
8. Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе
9. Социально-психологические основы рекламы
10. Разработка рекламной идеи
11. Организация и планирование рекламных кампаний
12. Каналы рекламной коммуникации
13. Медиапланирование
14. Дизайн и рекламные технологии
15. Контроль рекламной деятельности

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

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

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения