

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины: Б1.В.08 Организация рекламной деятельности
Автор: Фирсова Л.Ю., ст. преподаватель

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Организация рекламной деятельности» является изучение и освоение обучающимися основных концепций, методов и инструментов разработки, производства и реализации 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.

Основными задачами курса являются:

- изучение теоретических основ рекламной деятельности как научной и учебной дисциплины;
- анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;
- рассмотрение роли и функций основных участников рекламного процесса;
- освоение теоретических достижений и практических форм и методов организации и реализации рекламных кампаний;
- обобщение и усвоение современного зарубежного и отечественного опыта в сфере рекламной деятельности;
- усвоение необходимых компетенций по разработке и осуществлению рекламных программ и планов на предприятиях и в организациях.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

| Индекс и содержание компетенции | Знания | Умения | Навыки и (или) опыт деятельности |
|---|---|---|--|
| ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений | 1 этап: основные этапы развития менеджмента как науки и профессии 2 этап: ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций | 1 этап: определять роли, функции и задачи менеджера в современной организации 2 этап: анализировать коммуникативные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности | 1 этап: ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций 2 этап: владеть методами реализации основных управленческих функций (приятие решений, организация, мотивирование и контроль). |
| ПК-18: владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) | 1 этап: теоретические основы, задачи, принципы и этапы бизнес-планирования на предприятии; 2 этап: содержание, структуру и последо- | 1 этап: разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов; 2 этап: использовать прикладные программы, применяемые для разработки | 1 этап: методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и практическими навыками разработки бизнес-планов предприятия; |

| | | | |
|--|--------------------------------------|--|--|
| | вательность разработки бизнес-плана. | бизнес-планов («Project Expert» и др.) | 2 этап: современными методами планирования и управления в бизнесе. |
|--|--------------------------------------|--|--|

2. Содержание дисциплины:

Раздел 1 История рекламной деятельности

Тема 1 История рекламной деятельности

Тема 2 История рекламной деятельности в России

Тема 3 Содержание и формы рекламной деятельности

Тема 4 Регулирование рекламной деятельности

Тема 5 Товарные знаки в рекламной деятельности

Раздел 2 Содержание процесса организации рекламной деятельности

Тема 6 Рекламное оформление выставок и ярмарок

Тема 7 Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации

Тема 8 Визитные карточки

Тема 9 Разработка названия фирмы

Раздел 3 Формы и методы рекламы

Тема 9 Цвет, шрифт и требования к изобразительным элементам в рекламе

Тема 10 Звук в рекламе

Тема 11 Политическая рекламная деятельность

Тема 12 Социальная реклама

Раздел 4 Определение эффективности рекламной деятельности

Тема 13 Планирование рекламной деятельности

Тема 14 Бюджет и эффективность рекламной деятельности

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 4 ЗЕ.