

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор Ю.С. Токарева, преподаватель

Наименование дисциплины: Б1.Б.19 Рекламная деятельность

Цель освоения дисциплины:

формирование компетенций в области организации, планирования рекламы при осуществлении коммерческой деятельности.

1.Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-5 готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Этап1: - Общее содержание, структуру технической документации, необходимой для коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и торгово-технологической деятельности; Этап2: - Правильность оформления технической документации, необходимой для коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и торгово-технологической деятельности;	- иметь теоретические знания для составления технической документации необходимой для коммерческой, маркетинговой документации;	- самостоятельно анализировать маркетинговую, рекламную, логистическую документацию необходимую для профессиональной деятельности;
ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью	Этап1: - Методы, принципы и базовые понятия потребностей покупателей в процессе формирования спроса на товар; Этап2:	- изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка;	- навыками работы с маркетинговой информацией;

маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<ul style="list-style-type: none"> - Основные средства маркетинговых коммуникаций 		
ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<p>Этап1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной коммерческой деятельности; <p>Этап2:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Инновационных методов, средств и технологий маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - использовать инновационные методы, средства и технологии в своей профессиональной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - современными инновационными методами средств и технологий в области рекламной информационной деятельности для успешной работы в сфере коммерции и рекламного бизнеса;
ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	<p>Этап1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Рекламного процесса; <p>Этап2:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Организацию рекламных кампаний и акций; 	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать проекты профессиональной деятельности; - выявлять, формировать и удовлетворять потребности, - применять средства и методы рекламы, маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка; 	<ul style="list-style-type: none"> - умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации;
ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой,	<p>Этап1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Целей оценки и эффективности рекламных средств; <p>Этап2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методов оценки и эффективности 	<ul style="list-style-type: none"> - составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и 	<ul style="list-style-type: none"> - аналитическими методами для оценки эффективности рекламной деятельности на предприятиях.

маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	рекламных средств.	целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность.	
---	--------------------	---	--

2.Содержание дисциплины:

Раздел 1 Введение в рекламную деятельность

Тема 1 Предмет, значение и задачи рекламного дела

Тема 2 Классификация рекламы

Тема 3 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 4 Правовое регулирование рекламной деятельности

Раздел 2 Печатные средства рекламы

Тема 5 Социально – психологические основы рекламы

Тема 6 Печатная реклама

Тема 7 Реклама в прессе

Тема 8 Реклама на телевидении

Раздел 3 Средства рекламы

Тема 9 Реклама в кино

Тема 10 Реклама на радио

Тема 11 Наружная реклама

Тема 12 Реклама на транспорте

Раздел 4 Методы оценки рекламы

Тема 13 Организация рекламы в местах торговли

Тема 14 Реклама в Интернете

Тема 15 Прямая почтовая реклама и рекламные сувениры

Тема 16 Оценка эффективности рекламной деятельности

3.Общая трудоёмкость дисциплины: 5 ЗЕ.