

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов комплекса знаний и компетенций в области рекламной работы на предприятиях торговли и других отраслей народного хозяйства.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Введение: основы организации рекламы в торговле2. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности3. Виды и средства распространения рекламы4. Психология рекламы5. Основы разработки рекламного сообщения6. Организация рекламы в магазине7. Планирование рекламной деятельности8. Организация рекламной деятельности9. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности
Пререквизиты дисциплины	«Маркетинг» «Коммерческая деятельность»
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОПК-4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией ПК-13 -готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) ДПК-2 способностью применять инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	ОПК-4: Знать: -основные методы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для разработки эффективной рекламы с учетом специфики торгового предприятия, товара или услуги; -принципы и средства рекламы; – современные рекламные технологии, обеспечивающие эффективность рекламы; Уметь: -осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для разработки эффективной рекламы с учетом специфики торгового предприятия, товара или услуги;

	<p>-применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации для разработки рекламной продукции с учетом особенностей торгового предприятия, товара или услуги.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -технологиями сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для рекламной деятельности торгового предприятия; -навыками использования основных методов и средств получения, хранения, переработки информации, необходимой для осуществления эффективной рекламной деятельности торгового предприятия; -навыками работы с компьютером как со средством управления информацией при создании рекламной продукции торгового предприятия <p>ПК-13:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основы проектной деятельности в области рекламы товаров, услуг, фирм/предприятий и организации рекламных кампаний; -принципы подготовки технического задания; -основные этапы подготовки рекламной кампании; -методы формирования рекламного бюджета. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать проекты, выбирать средства рекламы, периодичность и продолжительность рекламного воздействия; -формировать план-график продвижения товаров и услуг; -налаживать контакты со СМИ и группами-влияния; -оценивать эффективность предложенного проекта рекламы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -технологиями проектирования в области торговой рекламы; -навыками управления проектированием рекламной деятельности на предприятии торговли. <p>ДПК-2:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и содержание инноваций - основные инновационные средства, методы, технологии в области рекламной деятельности <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различать традиционные и инновационные средства, методы и технологии в области рекламной деятельности - выбирать современные инновационные методы, средства, технологии исходя из ситуации <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками оценки степени новизны, средств и технологий в области рекламной деятельности - методами определения потребности в отдельных современных инновационных методах, средствах и технологиях в рекламной деятельности
<p>Используемые инструментальные и программные средства:</p>	<p>Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail</p>

Формы текущего контроля:	Контрольные работы, рейтинг-контроли
Форма промежуточного контроля знаний:	Зачет

Составитель аннотации,
специалист по УМР кафедры КиГ

Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06

О.П.Полоцкая