

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»


Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов по специальности 38.03.06 знания 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. Функции, роль и виды рекламы 2. Правовое регулирование рекламной деятельности 3. Средства распространения рекламы 4. Основы разработки рекламных сообщений 5. Планирование рекламной кампании 6. Эффективность рекламной деятельности
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	<p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:</p> <p>ОК-2 «способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах»</p> <p>ОПК-3 «готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов»</p> <p>ОПК-4 «способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией»</p> <p>ПК-13 «готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»</p>
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	«Коммерческая деятельность»
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, виды, функции и классификацию рекламы; - понятие и виды эффективности рекламной деятельности (ОК-2) - методы оценки эффективности рекламной деятельности (ОК-2) - основные направления регулирования рекламной деятельности (ОПК-3) - ответственность за нарушение рекламного законодательства (ОПК-3) - принципы и средства рекламной деятельности (ОПК-4) - понятие рекламного процесса (ОПК-4) - принципы подготовки технического задания; (ПК-13) - основные этапы подготовки рекламной кампании (ПК-13) - методы формирования рекламного бюджета (ПК-13) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать экономическую эффективность рекламной

	<p>деятельности (ОК-2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать психологическую и социальную эффективность рекламной деятельности (ОК-2) - оценивать эффективность рекламы в до и после рекламном периоде (ОК-2) - применять действующее законодательство в профессиональной деятельности (ОПК-3) - анализировать данные, необходимые для формирования рекламной кампании (ОПК-4) - формировать план-график продвижения товаров и услуг (ПК-13) - налаживать контакты со СМИ и группами влияния (ПК-13) - организовывать рекламные акции и оценивать их эффективность (ПК-13) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения наиболее эффективных рекламных средств (ОК-2) - навыками использования действующего законодательства в процессе подготовки рекламных сообщений и их выпуску (ОПК-3) - методами исследования и анализа рекламных рынков (ОПК-4) - навыками пропагандистской деятельности (ПК-13) - современными способами эффективной организации рекламной деятельности (ПК-13)
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради
Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль, рефераты
Форма промежуточного контроля:	Зачет (устно)

Составитель



К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ



О. Б. Ярьесь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06.

О. П. Полоцкая