АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»
Профиль подготовки «Коммерция в автомобильном бизнесе»

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)	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	Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: ОК-2 «способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах» ОПК-3 «готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов» ОПК-4 «способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией» ПК-13 «готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	«Коммерческая деятельность»
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	**Знать:** - 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) **Уметь:** -рассчитывать экономическую эффективность рекламной

	деятельности (ОК-2) - 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) **Владеть**: - 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 пропагандисткой 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. Яресь

Председатель учебно-методической комиссии направления 38.03.06. О. П. Полоцкая