

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»

Профиль подготовки «Товароведение и экспертиза товаров»

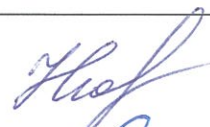
Кафедра коммерции и гостеприимства

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. Понятие и характеристика рекламы 2. Классификация рекламы 3. Общие требования к рекламе 4. Способы распространения рекламы, правовые основы 5. Правовые основы рекламы отдельных видов товаров 6. Средства распространения рекламы: реклама в прессе, на телевидении, реклама на радио 7. Средства распространения рекламы: наружная и транзитная реклама 8. Средства распространения рекламы: реклама в кинотеатрах, выставки и ярмарки 9. Средства распространения рекламы: печатная и интернет реклама 10. Средства распространения рекламы: сувенирная реклама, прямая почтовая рассылка 11. Основы разработки рекламных сообщений 12. Понятие и этапы разработки рекламной кампании 13. Разработка рекламной стратегии 14. Разработка рекламного бюджета 15. Оценка экономической эффективности рекламы 16. Оценка коммуникативной эффективности рекламы
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	<p>«Маркетинг»</p> <p>«Коммерческая деятельность»</p>
Знания, умения, навыки,	<p>Знать:</p> <p>- понятие, виды, функции и классификацию рекламы;</p>

TDT-14

<p>получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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 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)
	<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)
<p>Используемые инструментальные и программные средства:</p>	<p>Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради</p>
<p>Формы текущего контроля:</p>	<p>Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль</p>
<p>Форма промежуточного контроля:</p>	<p>Зачет (устно)</p>

Составитель



К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ



О. Б. Яресь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06.

О. П. Полоцкая