

## АННОТАЦИЯ

К рабочей программе учебной дисциплины **РЕКЛАМА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ**

Направление подготовки бакалавров 43.03.01 - «Сервис»

профиль «Сервис недвижимости и коммунальной инфраструктуры»

Кафедра «Коммерция и гостеприимство»

|   |   |
|---|---|
| <b>Цель изучения дисциплины</b>   | формирование у студентов знаний в области рекламной работы и технологии продаж в сфере сервиса и других отраслей народного хозяйства  |
| <b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Введение: основы организации рекламы на предприятиях сферы услуг.</li> <li>2. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.</li> <li>3. Виды и средства распространения рекламы.</li> <li>4. Психология рекламы.</li> <li>5. Основы разработки рекламного сообщения.</li> <li>6. Планирование рекламной кампании. Контроль и оценка эффективность рекламной деятельности.</li> <li>7. Управление технологией продажи.</li> <li>8. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей.</li> <li>9. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта</li> </ol>   |
| <b>Пререквизиты дисциплины</b>  | Маркетинг услуг, Коммерческая деятельность  |
| <b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>  | <p>ОК-2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах</p> <p>ОК-4- способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p> <p>ОК-5 способность к самоорганизации и самообразованию.</p> <p>ПК-11-готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса.</p> <p>ОПК-2 - готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.</p> <p>ОПК-3 готовность организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя.</p> |
| <b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b> | <p><b>ОК-2</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-понятие и виды эффективной рекламной деятельности;</li> <li>– современные рекламные технологии, обеспечивающие эффективность рекламы;</li> <li>-современные технологии, обеспечивающие эффективные продажи</li> <li>– методы оценки эффективности рекламной деятельности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассчитывать экономическую эффективность использования рекламного сообщения; оценивать эффективность рекламной кампании в целом;</li> <li>-оценивать психологическую и социальную эффективность рекламной деятельности;</li> </ul>   |

- оценивать эффективность рекламы до и после рекламного периода.
- оценивать эффективность выбранной технологии продаж.

**Владеть:**

- навыками оценки эффективности рекламной деятельности торгового предприятия;
- навыками аналитических расчетов при оценке эффективности использования рекламы на торговом предприятии;
- навыками определения наиболее эффективного рекламного средства.
- навыками определения эффективной техники продаж.

**ОК-4:**

*Знать:*

- основы работы в команде (командообразование);
- этнокультурные, исторические и религиозные традиции различных групп потребителей с целью осуществления сервисной деятельности
- содержание толерантного поведения.

*Уметь:*

- работать в команде при планировании и организации рекламных кампаний и продаж;
- анализировать этнокультурные, исторические и религиозные традиции с целью осуществления диверсификации сервисной деятельности;
- создавать и оценивать рекламные сообщения и организовывать эффективные продажи с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.

*Владеть:*

- навыками работы в команде при разработке рекламной продукции и организации эффективных продаж;
- навыками разработки рекламной продукции и организации эффективных продаж с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
- навыками оценки рекламных сообщений и организации продаж с точки зрения социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей;
- навыками толерантного поведения при планировании и организации эффективных продаж

**ОК-5:**

*Знать:*

- принципы самоорганизации и самообразования;
- эффективные технологии самоорганизации; методы самообразования;
- способы получения, хранения и переработки информации, необходимой для самообразования.

*Уметь:*

- организовать свое время, необходимое для учебы и самообразования;
- самостоятельно критически мыслить, формулировать свою точку зрения;
- применять методы и средства познания для решения задач профессионального характера.

*Владеть:*

- методами повышения квалификации;
- навыками накопления, обработки и использования информации; методикой сравнительного анализа;
- способностью к самоорганизации и самообразованию.



**ПК-11:***Знать:*

- понятие "контактная зона" предприятия сервиса и особенности ее организации;
- особенности работы с различными типами посетителей в контактной зоне;
- особенности работы с посетителями в зависимости от вида, формы и объема процесса сервиса;
- основы организации рекламной деятельности в контактной зоне.

*Уметь:*

- организовывать контактную зону предприятия сервиса;
- работать в контактной зоне с потребителем в сфере сервиса;
- методами бесконфликтных взаимоотношений с клиентами в процессе сервисной деятельности.
- организовывать деятельность (в том числе и рекламную) в контактной зоне в соответствии с видом, формой и объемом процесса сервиса.
- методами этнокультурной диверсификации сервисной деятельности;

*Владеть:*

- методиками эффективной работы с клиентами в контактной зоне; консультирования, согласования вида, формы и объема процесса сервиса
- методиками диагностирования поведения и влияния на клиента;
- навыками технико-экономического, эргономического, эстетического обоснования принципов организации контактной зоны предприятия сервиса.

**ОПК-2:***Знать*

- технологии процесса сервиса;
- особенности использования рекламных средств в технологиях сервиса;
- основы маркетинга отношений, выстраивания системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.

*Уметь:*

- разрабатывать рекламные сообщения с учетом специфики технологий процесса сервиса;
- выстраивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.

*Владеть:*

- навыками разработки рекламных сообщений с учетом специфики технологий процесса сервиса;
- навыками выстраивания системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.

**ОПК-3:***Знать:*

- современное законодательство в области использования рекламы в торговле;
- основные средства регулирования рекламной деятельности;
- ответственность за нарушение рекламного законодательства.

*Уметь:*

- разрабатывать рекламные сообщения в соответствии с нормативными актами;

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать рекламные кампании в соответствии с нормативными актами;</li> <li>- оценивать соответствие созданных рекламных продуктов существующей нормативно-правовой базе.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками поиска нормативно-правовой документации, регламентирующей рекламную деятельность;</li> <li>-навыками работы с нормативной документацией;</li> <li>-навыками мониторинга изменений в нормативно-правовой документации.</li> </ul> |
| <b>Используемые инструментальные и программные средства:</b> | Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail   |
| <b>Формы текущего контроля:</b>                              | Тесты, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, кейсы), рейтинг-контроль  |
| <b>Формы промежуточного контроля:</b>                        | Зачет (устно)  |

Составитель аннотации

Н.Н. Наумова

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б. Ярьс

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 43.03.01



О.Б. Ярьс