

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Б1.В.ДВ.5.1

Дисциплина «Рекламная деятельность» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Главная цель дисциплины «Рекламная деятельность» — ознакомить студентов с условиями, правилами и возможностями функционирования рекламного рынка и особенностями организации рекламной деятельности российских компаний.

Основными задачами дисциплины являются:

- знакомство с историческим становлением рекламной индустрии;
- знакомство с методами психологического воздействия и способами повышения эффективности рекламы;
- определение места рекламы в современном обществе;
- раскрытие основных закономерностей и этапов подготовки рекламных программ и акций;
- усвоение студентами основ управления рекламной деятельностью на предприятии;
- формирование знаний в области планирования, реализации, анализа и контроля рекламной деятельности на предприятии;
- освоение специфики развития российского рекламного рынка и особенностей деятельности его субъектов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Рекламная деятельность» относится к части цикла дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ) по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Рекламная деятельность» базируется на дисциплинах «Маркетинг», «Психология», «Управление маркетингом», «Поведение потребителя», «Маркетинговые исследования», «Коммерческая деятельность» и закладывает необходимые теоретико-методологические основы для эффективного освоения дисциплин «Управление брендами», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «ВТЛ-технологии в торговле и маркетинге», а также для успешного прохождения обучающимися учебной и преддипломной практик и итоговой аттестации.

Для успешного овладения содержанием курса «Рекламная деятельность» требуются знания основных теоретических аспектов маркетинга, экономики и менеджмента.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Рекламная деятельность», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.02 «Менеджмент», профиль подготовки – «Маркетинг».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

ПК-6 - способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

ПК-9 – способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности;
- рекламный процесс;
- виды и формы рекламы;
- процесс и правила организации рекламных акций и кампаний;
- способы оценки их эффективности;
- структуры и основных участников рекламного рынка;
- особенности восприятия рекламы потребителем и учет этих особенностей при планировании и производстве рекламы;
- методы учета средств для качественного производства рекламного продукта.

Уметь:

- составлять рекламные сообщения;
- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей и целесообразности;
- организовывать рекламные акции;
- оценивать их эффективность;

- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности;

- критически оценивать предложения рекламного агентства о сотрудничестве.

Владеть:

- навыками самостоятельной разработки рекламной кампании;
- навыками расчета рекламного бюджета;
- навыками принятия самостоятельных управленческих решений и их аргументации;

- навыками работы в команде, выработки совместных решений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.