

Аннотация дисциплины
«Основы рекламной деятельности»
 для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
 профиль «Маркетинг»

Цель дисциплины: ознакомление студентов с сущностью и содержанием теоретических аспектов рекламной деятельности, знакомство с проблемами в системе товародвижения и основными подходами к их решению, получение студентами знаний по формированию у потребителя эффективных рекламных образов товаров (услуг), овладение технологиями конструирования рекламных сообщений и образов и внедрение их в сознание потребителя с целью повышения покупательского спроса.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1.	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК – 3);
2.	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК – 4).

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Маркетинг»»

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	сокращенная
1. Аудиторные занятия, всего, часов	44	12	
в том числе:			
1.1. Лекции	22	4	
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	22	8	
2. Самостоятельная работа, часов	100	132	
Всего часов (стр. 1 + стр. 2)	144	144	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	4	4	

Формы промежуточной аттестации: экзамен.

1. Предмет, методы и задачи курса «Основы рекламной деятельности».
2. Социально-психологические основы рекламы.
3. Основные средства маркетинговых коммуникаций.
4. Правовое регулирование рекламной деятельности.
5. Классификация рекламных средств.
6. Рекламные средства и их применение.

7. Основы разработки рекламных объявлений и текстов.
8. Организация рекламы в магазине.
9. Медиапланирование в структуре обеспечения рекламного воздействия.
10. Показатели эффективности размещения рекламы