

Аннотация дисциплины
«Рекламная деятельность»
 для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
 профиль «Маркетинг»

Цель дисциплины: изучение основных теоретических аспектов деятельности в области рекламы, формирование у студентов навыков подготовки информации для мероприятий, направленных на стимулирование сбыта, и их успешного применения в будущей профессиональной деятельности.

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	30	6	
в том числе:			
1.1. Лекции	16	2	
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	14	4	
2. Самостоятельная работа, часов	42	66	
Всего часов (стр. 1 + стр. 2)	72	72	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2	2	

Формы промежуточной аттестации: зачет.

Перечень изучаемых тем (основных):

1. Понятие, цели и задачи рекламной деятельности.
2. Эволюция и современное состояние рынка рекламы.
3. Субъекты рекламной деятельности.
4. Виды и средства рекламы.
5. Планирование рекламных кампаний.
6. Оценка эффективности рекламной кампании.