

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Рекламное дело»**

по направлению 38.03.02 Менеджмент
профиль Стратегическое планирование и маркетинг

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса “Рекламное дело” - формирование у обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент, знаний основ теории рекламной деятельности и первоначальных навыков ее практического использования.

Позиционирование торговых марок на рынке, выделение конкурентных преимуществ продукции и стимулирование роста продаж на неё невозможны без использования менеджерами и маркетологами соответствующих рекламных приемов в современных условиях хозяйствования. В связи с этим возникает необходимость изучения теоретико-методических основ рекламного дела при подготовке бакалавров по направлению Менеджмент.

Задачи дисциплины:

- ознакомить обучающихся с понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к рекламному делу;
- рассмотреть этапы процесса разработки рекламной кампании;
- охарактеризовать особенности рекламных средств и стилей рекламных сообщений;
- выявить современные направления развития рынка рекламных услуг в РФ;
- ознакомить обучающихся с методическими приемами оценки эффективности рекламных кампаний.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Рекламное дело» является дисциплиной по выбору части Учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент и имеет код Б1.В.ДВ.06.01.

Дисциплина «Рекламное дело» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками): Стратегический менеджмент, Прямые коммуникации .

Дисциплина «Рекламное дело» предшествует изучению дисциплин (практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций: Современные проблемы менеджмента, Цифровой маркетинг, Валютный рынок и валютные операции, Сравнительный менеджмент, Бенчмаркинг, Управление инновациями, Проектирование инновационных услуг, Маркетинговые исследования , Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Преддипломная практика , Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-3 способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической	ИД-1пк3 Знать основы рекламного дела для представления интересов организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и

<p>среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ИД-2пк3 Уметь применять технологии рекламного дела для представления интересов организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ИД-3пк3 Владеть навыками осуществления рекламного дела для представления интересов организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>
---	---

4. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы (144 ак. часа).

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием активных форм с применением мультимедийных лекционных материалов, деловых и ролевых игр, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: ответы студентов на устные вопросы по теме, дискуссии, деловые и ролевые игры, подготовка и обсуждение докладов с их презентацией, коллоквиум, письменный опрос по теме и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: доклад, коллоквиум, письменный опрос. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности - зачётно-экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Рекламное дело» проводится в форме экзамена в 5 семестре.