

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Рекламное дело»

по направлению «Менеджмент»,
профиль «Менеджмент и маркетинг в организации»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Рекламное дело» - формирование у студентов, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», знаний основ современной 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 студентов с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к рекламной деятельности;
- рассмотреть этапы процесса разработки рекламной кампании;
- охарактеризовать особенности рекламных средств и стилей рекламных сообщений;
- выявить современные направления развития рынка рекламных услуг в РФ и за рубежом;
- ознакомить студентов с методическими приемами оценки эффективности рекламных кампаний.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

«Рекламное дело» является учебной дисциплиной по выбору вариативной части Учебного плана подготовки бакалавров по направлению 08.03.02 «Менеджмент» по профилю «Менеджмент и маркетинг в организации» и имеет код Б1.В.ДВ.7.1.

Освоение курса «Рекламное дело» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: введение в менеджмент, маркетинг, методы принятия управленческих решений, психология управления, учет и анализ, маркетинг, и др.

В свою очередь, курс «Рекламное дело» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: методы принятия управленческих решений, маркетинг, теория менеджмента, учет и анализ, стратегический менеджмент, государственное регулирование экономики и др.

В свою очередь, курс «Рекламное дело» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: разработка управленческих решений, антикризисное управление, экономика предпринимательства, документационное обеспечение управления, поведение потребителей и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей общепрофессиональной компетенции:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей профессиональной компетенции:

- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей профессиональной компетенции профиля:

- способность разрабатывать и реализовывать рекламные мероприятия для продвижения товара (услуги, торговых марок) организации и осуществлять оценку их результативности (ПКП-11).

В результате изучения дисциплины «Рекламное дело» студенты должны:
иметь представление:

- о сущности и видах рекламы, рекламных средств и рекламных кампаний;
- о подходах к процессу организации рекламной кампании;

знать:

- методы разработки рекламных стилей;
- технологии оценки эффективности рекламных кампаний;
- основные положения отечественного законодательства в области рекламной деятельности;

уметь:

- разрабатывать программу рекламных мероприятий с соответствующим бюджетом;
- прогнозировать и оценивать эффективность рекламных кампаний;
- составлять рекламные сообщения;
- разрабатывать рекламные стратегии;

приобрести навыки:

- оценки эффективности рекламных кампаний;
- оформления документации, сопровождающей процесс организации рекламных мероприятий;

владеть:

- способностями разработки рекламных сообщений различных стилей;
- технологиями организации рекламной деятельности предприятия.

4. Общая трудоёмкость дисциплины

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

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, семинарские занятия с использованием активных и интерактивных форм, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: тесты, работа с интернет-ресурсами, решение задач и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: реферат, коллоквиум, контрольная работа. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности – зачетно-экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Рекламное дело» проводится в форме экзамена.