

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Рекламные технологии»**

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

**1. Цели и задачи дисциплины**

*Цель освоения дисциплины* «Рекламные технологии» - формирование у студентов, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», знаний современных рекламных технологий и первоначальных навыков их практического использования. Изменчивые конкурентные условия, ускоряющийся научно-технический прогресс, требовательные потребительские предпочтения обуславливают необходимость освоения современных и перспективных техник и приемов в области рекламы торговых марок, товаров и услуг. В связи с этим возникает необходимость ознакомления с рекламными технологиями при подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент».

*Задачи дисциплины:*

- ознакомить студентов сущностью и разновидностями рекламных технологий;
- рассмотреть характеристики рекламных технологий;
- охарактеризовать нормативно-правовые требования к рекламным технологиям в РФ;
- определить субъектов современных рекламных технологий;
- ознакомить студентов с технологиями разработки рекламных сообщений, методами формирования рекламных бюджетов.

**2. Место дисциплины в структуре ООП ВО**

«Рекламные технологии» 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.7.2.

Освоение курса «Рекламные технологии» 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 «Рекламные технологии» 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.

**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).

В результате изучения дисциплины «Рекламные технологии» студенты должны: *иметь представление:*

- сущности и классификации рекламных технологий;

- о технологии разработки рекламных стилей;

*знать:*

- технологии формирования рекламных бюджетов;
- нормативно-правовые требования, предъявляемые в РФ к рекламным технологиям;
- приемы оценки эффективности рекламы;

*уметь:*

- использовать различные технологии при подготовке рекламного сообщения;
- формировать рекламный бюджет;
- разрабатывать программу рекламного мероприятия.

*приобрести навыки:*

- составления рекламного сообщения;
- организации рекламного мероприятия.

*владеть:*

- методами формирования сметы затрат на рекламу;
- приемами оценки эффективности рекламы;

#### **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 «Рекламные технологии» проводится в форме экзамена.