

ФТД.В.03 ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Организация рекламной деятельности является формирование у студентов представлений о сущности, структуре и основных функциях рекламы, выявление специфики современных рекламных технологий и особенностей их использования, а также изучение основ организации рекламной деятельности.

Учебные задачи дисциплины

1. Сформировать представления о сущности, основных понятиях и категориях рекламы и рекламной деятельности.
2. Изучить состав и содержание процессов и технологий рекламной деятельности.
3. овладеть теоретическими знаниями по управлению рекламной деятельностью.
4. Изучить методы разработки рекламной кампании для предприятий.
5. Сформировать знания по способам оценки экономической эффективности рекламной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина «Организация рекламной деятельности» относится к факультативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Деловые коммуникации», «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Организация рекламной деятельности», студент должен:

1. Знать способы осуществления делового общения и публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний, деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций.
2. Уметь 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 предприятия.
3. Владеть способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

ОПК-6 – владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Знать:

- принципы разработки стратегических, тактических и оперативных решений применительно к управлению производственной деятельностью организации;
- принципы планирования операционной (производственной) деятельности организаций;
- принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельности.

Уметь:

- оптимизировать операционную деятельность организации;
- использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности;
- планировать операционную деятельность организации.

Владеть:

- методами принятия рациональных управленческих решений в операционной (производственной) деятельности организаций;
- навыками и инструментарием операционного планирования;
- методами управления операциями.

Вид деятельности: организационно-управленческая

ПК-19 – владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.

В результате освоения компетенции **ПК-19** студент должен:

Знать: принципы организации финансового планирования и прогнозирования.

Уметь: разрабатывать и выполнять планы и программы финансового планирования и прогнозирования.

Владеть: технологиями финансового планирования и прогнозирования.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Тема 1. Современная реклама в системе маркетинговых коммуникаций
2	Тема 2. Способы распространения рекламы
3	Тема 3. Рекламное обращение как элемент рекламной коммуникации
4	Тема 4. Фирменный стиль предприятия
5	Тема 5. Рекламные исследования в и определение целей рекламы
6	Тема 6. Разработка рекламного бюджета предприятия
7	Тема 7. Оценка эффективности рекламной деятельности
8	Тема 8. Организация и планирование рекламной кампании предприятия
9	Тема 9. Регулирование рекламной деятельности

Форма контроля - зачет.