

Б1.В.ОД.9 Рекламный менеджмент

Цели дисциплины: цель освоения учебной дисциплины Рекламный менеджмент- формирование у студентов необходимых теоретических и прикладных знаний, практических умений и навыков управления рекламным процессом и принятия эффективных рекламных решений в профессиональной деятельности, в том числе по планированию и разработке рекламных мероприятий в организациях торговли.

Задачи дисциплины:

- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в управлении созданием и реализацией эффективного рекламного продукта и рекламной кампании,
- формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.
- приобретение ими практических навыков планирования, принятия управленческих решений в рекламной деятельности;
- проведение экономического анализа рекламной кампании.

Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Б1.В.ОД.9 Рекламный менеджмент» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части Блок 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: Стратегический менеджмент, Управление операциями.

Для успешного освоения дисциплины «Бизнес-планирование», студент должен:

Знать:

- методы планирования деятельности фирмы и обоснования управленческих решений (ПК-6);
- опыт ведущих отечественных и зарубежных компаний в области планирования и управления деятельностью (ОК-3, ПК-3);

Уметь:

- формировать систему планов деятельности фирмы (ПК-3);
- планировать операционную (производственную) деятельность организации (ОПК-3);
- проводить расчеты эффективности использования производственных ресурсов, анализ финансового состояния и использовать полученные результаты в целях обоснования планов и управленческих решений (ПК-8);

Владеть:

- способами принятия управленческие решения и готовность нести за них ответственность (ПК-3);
- навыками сбора и обработки необходимых данных, необходимых для разработки планов и обоснования управленческих решений (ОК-3);

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-2);

- практическими навыками по постановке целей, задач и организации предпринимательства, моделированию и самостоятельному принятию эффективных управленческих решений (ПК-6).

Последующие межпредметные связи дисциплина «Б1.В.ОД.9 Рекламный менеджмент» имеет с дисциплинами: «Бизнес-планирование», «Антикризисное управление».

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-5 - способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

В результате освоения компетенции **ПК - 5** студент должен:

Знать:

- сущность и содержание рекламного менеджмента;
- принципы управления рекламной деятельностью организации.

Уметь:

- осуществлять выбор вида рекламы и средства ее распространения;
- разрабатывать и реализовывать комплексные рекламные кампании;
- оценивать эффективность рекламного сообщения и рекламной кампании.

Владеть:

- навыками моделирования бизнес-процессов.

ПК-7 - владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

В результате освоения компетенции **ПК - 7** студент должен:

Знать:

- социально-этические и правовые требования к рекламе и порядок их учета;
- структуру и функции рекламных агентств и служб;
- методы формирования рекламного бюджета;
- основные подходы к эффективному планированию рекламных кампаний.

Уметь:

- осуществлять выбор вида рекламы и средства ее распространения;

- разрабатывать и реализовывать комплексные рекламные кампании;
- оценивать эффективность рекламного сообщения и рекламной кампании.

Владеть:

- методами подготовки аналитических материалов;
- современными методами сбора, обработки и анализа управленческой информации.

ПК-20 - владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

В результате освоения компетенции **ПК - 20** студент должен:

Знать:

- формы проведения рекламных кампаний и контроля за их реализацией;
- технологии тестирования рекламы и методики оценки ее эффективности;
- роль и место рекламного менеджмента в управлении торговой организацией.

Уметь:

- выявлять в случаях необходимости причины снижения эффективности рекламной деятельности.

Владеть:

- быть в состоянии продемонстрировать: готовность разрабатывать, анализировать и оценивать стратегии, тактики управления рекламой в целях повышения эффективности деятельности организации

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1.	Тема 1. Сущность и задачи рекламного менеджмента
2.	Тема 2. Реклама как объект управления
3.	Тема 3. Менеджмент рекламных агентств и служб
4.	Тема 4. Планирование маркетинговых коммуникаций и принятие управленческих решений
5.	Тема 5. Методы бюджетирования маркетинговых коммуникаций
6.	Тема 6. Принципы разработки рекламного сообщения и управление творческими идеями
7.	Тема 7. Медиапланирование
8.	Тема 8. Стратегическое планирование рекламной деятельности организации
9.	Тема 9. Подготовка и проведение рекламной кампании
10.	Тема 10. Тактика работы со средствами массовой информации: распределение бюджета
11.	Тема 11. Эффективность рекламной кампании и мониторинг рекламы

Форма контроля - зачет