

Б.1.Б.19 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель дисциплины

Целью дисциплины является освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области организации рекламной деятельности для профессиональной деятельности бакалавров по направлению Торговое дело профиль Коммерция, что позволит правильно выбрать средства распространения рекламы и составить план рекламной деятельности, а также определить и проконтролировать эффективность его исполнения.

Задачи дисциплины:

- изучение основных подходов к пониманию сущности коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в области рекламы;
- умение пользоваться нормативными документами в области рекламной деятельности с целью соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- овладение основными понятиями в области рекламной деятельности в соответствии с действующим законодательством;
- владение навыками участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области рекламной деятельности;
- получение умений и навыков разработки проектов рекламной деятельности с использованием информационных технологий, приобретение умений составления рекламных сообщений;
- освоение методики реализации проектов в области рекламной деятельности.
- приобретение знаний и умений, позволяющих выбирать и применять носители рекламы с учетом финансовых возможностей предприятия и организации рекламных кампаний, а также оценки их эффективности.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина (Б.1.Б.19) «Рекламная деятельность» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиль Коммерция.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Рекламная деятельность», студент должен:

Знать:

- задачи профессиональной деятельности; информационную и библиографическую культуру; информационно-коммуникационные технологии (ОПК-1);
- потребности покупателей товаров; конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

- инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности (ПК-11).

Уметь:

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; с применением информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей; анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3).

Владеть:

- методами и приемами решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка (ПК-3).

Изучение учебной дисциплины «Рекламная деятельность» является основой для успешного изучения дисциплин: «Организация предпринимательской деятельности в торговле», «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка».

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-3 – Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

В результате освоения компетенции **ОК - 3** студент должен:

Знать:

лексическую базу и терминологию межличностного и межкультурного взаимодействия на русском и иностранном языках в профессиональной деятельности

Уметь:

воспринимать, анализировать, передавать и обобщать информацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности

Владеть:

навыками решения межличностного и межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах на русском и иностранном языках в профессиональной деятельности

ОПК-3 – Умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению

действующего законодательства и требований нормативных документов

В результате освоения компетенции **ОПК - 3** студент должен:

Знать:

нормативные документы и действующее законодательство в области рекламной деятельности

Уметь:

использовать нормативные документы в области рекламной деятельности и соблюдать действующее законодательство

Владеть:

навыками работы с нормативно-правовыми документами в области профессиональной деятельности

ПК-11 – Способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

В результате освоения компетенции **ПК - 11** студент должен:

Знать:

инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности в области рекламы

Уметь:

применять инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности

Владеть:

инновационными методами, средствами и технологиями в области профессиональной деятельности

ПК-12 – Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

В результате освоения компетенции **ПК - 12** студент должен:

Знать:

основы разработки проектов в профессиональной деятельности

Уметь:

разрабатывать проекты в профессиональной деятельности

Владеть:

навыками разработки проектов профессиональной деятельности и рекламных кампаний с использованием информационных технологий

ПК-13 – Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

В результате освоения компетенции **ПК - 13** студент должен:

Знать:

основы реализации проектов в области профессиональной деятельности

Уметь:

реализовать проекты в профессиональной деятельности, проводить рекламные кампании

Владеть:

навыками реализации проектов в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование модулей (разделов) дисциплины
Модуль 1. Методологические основы рекламной деятельности	
1	Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций
2	Рынок рекламы России
3	Социально-психологические основы рекламы
Модуль 2. Планирование и организация рекламной деятельности	
4	Планирование рекламной кампании
5	Носители рекламной информации
6	Имидж и фирменный стиль в рекламе
7	Организация рекламной деятельности
8	Разработка рекламного обращения
9	Эффективность рекламной деятельности
10	Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности

Формы контроля – экзамен