АННОТАЦИЯ

Дисциплины

«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль – «Коммерция»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Рекламная деятельность» (Б1.В.ОД.3) относится к вариативной части и является обязательной дисциплиной.

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в п. 3.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- приобретение знаний, указанных в п. 3;

- приобретение умений, указанных в п. 3;

- приобретение навыков, указанных в п. 3.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-1, ПК-3, ПК-14.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- особенности рекламы в предпринимательской и коммерческой деятельности;

- классификацию рекламы и ее методов в предпринимательской и коммерческой деятельности;

- принципы организации и проведения рекламных кампаний в предпринимательской и коммерческой деятельности.

УМЕТЬ:

- управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций,

- изучать и прогнозировать спрос потребителей,

- анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

- прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

- обосновывать влияние рекламы на предприятие, открывающее новое коммерческое дело;

- распределять функциональные обязанности между менеджерами по рекламе и распределять обязанности по организации рекламе в коммерческой деятельности;

- формулировать обязанности коммерческого предприятия при использовании рекламы для формирования спроса и стимулирования сбыта на товары, работы и услуги.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками организации и проведения рекламных кампаний в коммерческой деятельности;

- навыками планирования затрат на рекламу в коммерческой деятельности;

- навыками оценки эффективности рекламных кампаний в коммерческой деятельности.

**4. Содержание и структура дисциплины**

1 Реклама как особый вид деятельности

2 Организация рекламной деятельности рекламодателем

3 Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности

4 Организация рекламной деятельности СМИ

5 Организация взаимодействия участников рекламной деятельности

6 Организация и планирование рекламных кампаний

7 Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности

8 Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 7 зачетных единиц (252 час.), в том числе:

для очной формы обучения

лекции – 24 час.

практические занятия – 72 час.

самостоятельная работа – 111 час.

контроль – 45 час.

Форма контроля знаний – КП, зачет, экзамен.

для заочной формы обучения

лекции – 4 час.

практические занятия – 16 час.

самостоятельная работа – 219 час.

контроль – 13 час.

Форма контроля знаний – КП, зачет, экзамен.