

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Менеджмент рекламы»

Объем трудоемкости: Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), из них – 36 часов аудиторной нагрузки; лабораторные занятия -36 часов; 36 часов самостоятельной работы, 0,4- ИКР, зачет)

Цель дисциплины:

Целью курса является формирование компетенций обучающегося в области основных теоретических аспектов менеджмента и маркетинга в сфере дизайна.

Назначение этого курса – дать будущему специалисту профессиональные знания и навыки в области проведения маркетинговых исследований, разработке бизнес-планов и формулировании концептов.

Задачи дисциплины:

- 1) дать научные основы менеджмента в дизайне
- 2) изучить методы внутрифирменного управления
- 3) знать основные инструменты менеджментовых исследований рынка дизайнерских услуг.
- 4) сформировать способность использовать экономические знания в различных сферах деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Менеджмент рекламы» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных и общепрофессиональных компетенций: ОК 3.

перечислить компетенции

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	возможности использования основ экономических знаний в профессиональной и других сферах деятельности ;принципы управления предприятиями ; содержание основных функций маркетинга: планирования, организации, мотивации и контроля;	рационально и грамотно использовать основы экономических знаний в профессиональной и других сферах деятельности ;применить методы и принципы экономики в реальных организационных условиях; сформировать миссию и цели предприятия,	способами использования основ экономических знаний в профессиональной и других сферах деятельности и ;навыками использования существующих методов экономического управленческого воздействия

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			основные составляющие системы экономики; законодательную базу.	разработать стратегии их достижения	для достижения поставленных целей

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в _5_ семестре (очная форма)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Решение ситуационных задач планирования деятельности менеджера	5			2	3
2.	Упражнения по выбору вариантов управленческих решений в конкретных ситуациях	16			8	8
3.	Решение производственных ситуационных задач по мотивации персонала к трудовой деятельности	15			8	7
	<i>Итого в семестре:</i>	36			18	18

Разделы дисциплины, изучаемые в _6_ семестре (очная форма)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
4.	Саморазвитие конкурентоспособного лидера	12			6	6
5.	Решение ситуационных задач определения стилей управления	14			6	8
6.	Составление плана проведения совещания, переговоров, бесед	10			6	4
	<i>Итого в семестре:</i>	36			18	18

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрено

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Емельянова, В. Применение различных видов рекламы в зависимости от жизненного цикла товара / В. Емельянова. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 68 с. - ISBN 978-5-905825-28-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96814>

2. Романов, А.А. Рекламный менеджмент : учебно-практическое пособие / А.А. Романов, Р.В. Каптюхин. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 431 с. - ISBN 978-5-374-00393-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770>
3. Петелин, В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник / В.Г. Петелин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 448 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00935-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116636>
4. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403>
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>

Автор (ы) РПД Кочеткова С.Ю.
Ф.И.О.