

## АННОТАЦИЯ

### дисциплины «Рекламная деятельность»

**Объем трудоемкости:** 5 зачетных единиц; 180 часов, из них – 74,3 часов контактной нагрузки: лекционных 34 час., практических 34 час.; 6 ч. – контроль самостоятельной работы, 79 часов самостоятельной работы и 26,7 часов контроль знаний в форме экзамена по итогам 5 семестра.

**Цель дисциплины:** формирование у студентов знаний в области управления рекламной деятельностью торгового предприятия, а также навыков управления рекламными процессами с учетом внешних и внутренних факторов и стратегических целей развития предприятия, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для практического осуществления рекламного менеджмента.

#### **Задачи дисциплины:**

- закрепление и углубление знаний бакалавров по общепрофессиональным и специальным маркетинговым дисциплинам;
- освоение приемов работы с экономической информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистико-экономическими, графическими, экспериментальными и др.) при решении проблем применения в маркетинговой деятельности инструментов системы маркетинговых коммуникаций;
- развитие необходимых специалисту по маркетингу навыков практического использования методов решения задач, изученных на лекционных занятиях;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка и апробация предложений и практических рекомендаций по изучаемым вопросам применения рекламы в маркетинговой деятельности предприятий;
- развитие навыков самостоятельной работы по планированию и организации рекламной деятельности на предприятии.

#### **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Рекламная деятельность» относится к профессиональному циклу ФГОС ВО ООП бакалавриата. Ее изучение запланировано в 7 семестре.

#### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **профессиональных** компетенций: ПК-3, ПК-11, ПК-12

Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать марке-	систему рекламы на предприятиях различных сфер деятельности и форм собственности методы и инструменты маркетинговых коммуникаций при выведении на рынок новых видов	ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать сущность и причины проявлений коммерческой деятельности и рекламы в ситуационном маркетинге	навыками организации рекламной деятельности применительно к различным видам продукции, товаров, работ, услуг

	тинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	продукции		
ПК-11	способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	инновационные методы планирования, организации и контроля рекламных воздействий	предлагать новые методы и инструменты рекламной деятельности	навыками адаптации инновационных методов, средств и технологий рекламы к рекламной стратегии конкретного торгового предприятия
ПК-12	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	методы проектного менеджмента в организации рекламной деятельности; методы организации работы в области рекламы по аутсорсингу	организовать разработку и реализацию рекламных проектов в соответствии со стратегическими и тактическими маркетинговыми целями предприятия	навыками планирования и контроля рекламы с использованием современных автоматизированных систем коммерции и маркетинга

### Структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР
1	2	3	4	5	6	7	
1	Реклама как базовый инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций современного торгового предприятия		2	2		5	
2	Правовое регулирование организации и осуществления рекламной деятельности в торговле		2	2		5	
3	Недобросовестная и недостоверная реклама		2	2		5	
4	Запреты на использование в рекламе		2	2		5	
5	Защита несовершеннолетних в рекламе		2	2		5	
6	Товары и услуги, реклама которых запрещена		2	2		5	
7	Социальная реклама		2	2		5	
8	Реклама, признаваемая офертой		2	2		5	
9	Особенности отдельных способов распространения рекламы		2	2		5	
10	Реклама в телепрограммах и телепередачах		2	2		4	
11	Реклама в радиопрограммах и радиопередачах		2	2		4	
12	Реклама в периодических печатных изданиях		2	2		4	

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР
13	Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании		2	2		4	
14	Реклама, распространяемая по сетям электросвязи		2	2		4	
15	Наружная реклама и установка рекламных конструкций		2	2		4	
16	Реклама на транспортных средствах и с их использованием		2	2		4	
17	Планирование, организация и контроль рекламной деятельности		2	2		6	6
	<i>Итого:</i>	180	34	34		79	
	<i>Всего:</i>						

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

**Основная литература:**

1. Поляков, В. А. Рекламный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. А. Поляков, А. А. Романов. - М.: КУРС: ИНФРА-М, 2018. - 352 с. - <http://znanium.com/catalog/product/961748>.

2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. - Москва : Юрайт, 2017. - 391 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD> .

3. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / Л.Н. Федотова. — Электрон. дан. — Москва : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2014. — 456 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/99333>

Автор: Воронов А.А.