Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.Б.19 «Рекламная деятельность»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Коммерция*

Рабочая программа разработана для студентов направления подготовки38.03.06 Торговое дело, профиль подготовки - Коммерция, квалификация выпускника - бакалавр, год приема - 2014.

«Рекламная деятельность» как учебная дисциплина относится к курсам базовой части учебного плана ВПО бакалавриата.

Целью дисциплины «Рекламная деятельность» является овладение студентами системой методологических, организационных и финансово-экономических знаний, направленных на обеспечение эффективной маркетинговой коммуникативной деятельности компании.

Задачами дисциплины являются:

1. изучение понятия, социально-культурной значимости, профессиональной специфики и основных составляющих коммуникативной деятельности коммерческого предприятия;
2. изучение специфики содержания комплексной системы менеджмент-маркетинга предприятия, направленной на обеспечение продвижения пакета его услуг;
3. освоение технологии проектирования, внедрения и контроля маркетинговой коммуникативной кампании конкретного бизнес-предложения.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки38.03.06 Торговое дело.

В ходе преподавания данного учебного курса планируется обеспечить формирование у студентов следующих знаний, умений и навыков:

**знание**

**-** основных методик и требований к работе с информационными потоками, необходимых для осуществления эффективной маркетинговой коммуникативной деятельности предприятия – ОПК-4, ОПК-5, ПК-10;

- методов, в том числе и инновационных, по разработке и внедрению рекламных кампаний и материалов, актуальных для конкретного бизнес-предложения – ПК-11, ПК-12;

- методов осуществления сбытовой деятельности коммерческого предприятия – ПК-13.

**умение**

**-** проводить сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной рекламной деятельностью, а также проводить вторичные и первичные маркетинговые исследования, актуальные для предприятия - ОПК-4, ОПК-5;

- осуществлять профессиональную маркетинговую и рекламную деятельности с использованием информационных технологий и всевозможных инновационных бизнес-решений – ПК-11, ПК-12;

- участвовать в процессе сбыта товаров и услуг, предоставляемых продвигаемым коммерческим предприятием – ПК-13.

**владение**

**-** методиками, необходимыми для осуществления постоянного и периодического анализа информации, необходимой для организации и управления профессиональной рекламной деятельностью, а также методиками проведения маркетинговых исследований, актуальных для предприятия - ОПК-4, ОПК-5;

- технологиями осуществления проекционной маркетинговой и рекламной деятельности с использованием информационных технологий и всевозможных инновационных бизнес-решений – ПК-11, ПК-12;

- навыками разработки и совершенствования процессе сбыта товаров и услуг, предоставляемых продвигаемым коммерческим предприятием – ПК-13.

Основным содержанием рассматриваемой рабочей программы являются следующие информационные материалы: формы контроля, содержание разделов, их тематическое планирование и учебно-методическое, информационное и технологическое обеспечение рассматриваемой учебной дисциплины. Особо детально представлены оценочные средства, применяемые преподавателем для осуществления контроля за практической и самостоятельной работой студентов.

В приложении представлены формирование балльной оценки по рассматриваемому курсу, пример билета для контрольного мероприятия, а также планирование работы для студентов заочной формы обучения.

Объем рабочей программы по учебному курсу «Рекламная деятельность» составляет 34 страницы.

Составитель: ст. преподаватель кафедры Торговое дело Тиунова Наталья Геннадьевна