Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.Б.19 «Рекламная деятельность»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

**Место дисциплины в структуре ООП;**

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

1. **Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины;**

**Цель курса:** освоение знаний и приобретение умений по применению действующего законодательства о рекламе, организации и оценке эффективности рекламных кампаний, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

 - Овладение основными понятиями в области рекламной деятельности.

 - Изучение структуры рекламной деятельности, ее основных элементов и классификации рекламы.

 - Приобретение умений составления рекламных сообщений.

 - Приобретение знаний и умений, позволяющих выбирать и применять носители рекламы с учетом финансовых возможностей организаций и их специализаций. - Приобретение умений организации рекламных акции, оценки их эффективности.

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.

**4. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий);**

**Раздел I.** **Методологические основы рекламной деятельности.** Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи рекламной деятельности. История рекламы и особенности современного рынка рекламы**Раздел II. Регулирование рекламной деятельности.** Субъекты рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности. **Раздел III. Средства рекламы.** Классификация средств рекламы. Печатные средства. Электронные средства. Средства почтовой реклама. Наружная реклама и пр. **Раздел IV. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности.** Планирование рекламных кампаний, расчет и оценка эффективности рекламных мероприятий.

 **5. Объем дисциплины**: 180/5 з.е. (в том числе ауд.-72, см. р. - 52).

 **6. Форма промежуточного контроля**: экзамен

 **7. Семестр**: 6

Разработчик: старший преподаватель кафедры Торгового дела Серебренникова Наталия Геннадьевна