Шифр, наименование образовательной программы,
уровень профессионального образования 38.03.07 (100800.62) «Товароведение», бакалавриат

«Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле»
профиль, специализация

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины

Б2.ДВ4.1.1 «Рекламная деятельность» (математический и естественнонаучный цикл)
шифр и наименование дисциплины по учебному плану

вариативная по выбору
статус дисциплины - базовая, вариативная, по выбору

заочная
форма обучения – очная, заочная

Составитель аннотации – Елесина В.В., к.б.н., доцент, кафедра ОХЭТ
ФИО разработчика, уч.степень, уч.звание, название кафедры

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Изучить построение, воздействия и распространения рекламного образа; раскрытие видов, типологий и функций рекламы; определить значение роли рекламы в системе маркетинговых коммуникаций; изучить содержание рекламной компании, анализа рыночной ситуации и продвижение товара на рынке, и привлечение потребителей; рассмотрение рекламы как фактора, влияющего на отношение потребителей к товарам и услугам; изучение покупательского предпочтения и мотиваций совершения покупок.
Содержание дисциплины *(основные темы, разделы, модули)*	Модуль 1. Задачи, функции и классификация рекламы и рекламных сообщений. Виды рекламной деятельности. История развития рекламы в Росси и за рубежом. Реклама и система маркетинговых коммуникаций. Бренд, брендинг, товарная марка и товарный знак: отличие и сходство Модуль 2. Фирменный стиль. Элементы фирменного стиля. Воздействие рекламного обращения. Рекламные стратегии и мотивы Модуль 3. Средства рекламы. Характеристика и методы выбора средств рекламы. Составление рекламного обращения. Структура рекламного обращения. Модуль 4. Планирование рекламной деятельности предприятия. Оценка эффективности рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности.
Формируемые компетенции	ОК-1 – владением культурой мышления, способностью к восприятию информации, обобщению, анализу, постановке цели и выбору путей её достижения; ОК-2 – умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; ОК-4 – готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью к осуществлению функций руководителя подразделения предприятия; ОК-5 – способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, осознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; ОК-6 – владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; ПК-1 – осознанием социальной значимости своей будущей профессии, стремлением к саморазвитию и повышению квалификации; ПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях; ПК-6 – способностью применять знания в области естественнонаучных и прикладных инженерных дисциплин для организации торгово-технологических процессов.
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Теоретические основы товароведения», «Философия», «Математика», «Соционика», «Правоведение», «Информатика», «Технология товров»

Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	**Знать**: цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения; правовое регулирование рекламной деятельности; виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний; место и роль рекламы в системе маркетинга; понятие рекламного процесса; рекламный процесс; специфику работы рекламных подразделений; основные виды рекламных технологий; оценку эффективности рекламных кампаний; основные результаты новейших исследований по проблемам рекламы и рекламной деятельности; каналы выхода на различные аудитории, критерии отбора и оценку эффективности воздействия разных каналов. **Уметь**: составлять рекламные сообщения; выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность; применять действующее законодательство в профессиональной деятельности; организовывать рекламные акции; применять действующее законодательство в профессиональной деятельности; применять на практике основные виды рекламных стратегий; составлять рекламные сообщения; выбирать носители рекламы с учетом финансовых возмож-ностей организации и целесообразности; оценивать их эффективность компании и акций компании с использованием компьютерной информации; исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования; **Владеть**: методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей; методами исследования и анализа рекламных рынков; умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы; активными методами преподавания управленческих дисциплин; навыками работы с рекламными агентствами; навыками работы с менеджерами рекламных; современными способами эффективной организации рекламной деятельности; информационными технологиями для прогнозирования и управления рекламной деятельностью; программами Microsoft Office, Интернетом для работы с психологической информацией и сайтом ЭУМК (электронные учебно-методические комплекты) по психологической тематике; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы; методикой построения организационно-управленческих моделей рекламной деятельности
Образовательные технологии	При реализации дисциплины в учебном процессе, наряду с традиционными, используются инновационные методы образования, направленные на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности. Интерактивные формы обучения: лекция-беседа, диспут, метод «мозгового штурма», работа в малых группах, просмотр и обсуждение видеофильмов. Для контроля знаний студентов используется модульно-рейтинговая система обучения и контроля знаний
Формы текущего контроля успеваемости	Коллоквиумы, защита индивидуальной работы
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Зав. кафедрой ОХЭТ А.Л. Верещагин