

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.7 Рекламный менеджмент

Автор: заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, д-р филол. наук, профессор В.А. Евстафьев

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.06 Торговое дело, «Внешнеторговая деятельность компании»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области осуществления поиска и выбора инноваций, анализа и оценивания экономической эффективности профессиональной деятельности.

План курса:

Тема 1. Правовые основы рекламной деятельности. Основные понятия рекламы
Федеральный закон «О рекламе»: общие требования к рекламе, понятие ненадлежащей рекламы, требования к рекламе отдельных товаров и услуг, защита несовершеннолетних, ответственность субъектов рекламного процесса. Определение, функции рекламы. Психологические аспекты создания и восприятия рекламы: внимание, интерес, убеждение, внушение, запоминание.

Тема 2. Маркетинговые предпосылки рекламной кампании.
Определение рекламной кампании. Характеристика 1-го аналитического этапа: анализ жизненного цикла товара, анализ потребителей, анализ конкурентов. Определение на основе анализа цели рекламной кампании, ее интенсивности, выбор коммуникативных средств и каналов, определение содержания рекламы и экспрессивных средств. Виды рекламной кампании: престижная, товарная.

Тема 3. Товарные знаки.
Требования к созданию товарных знаков. Элементы ТЗ: логотип, изобразительный знак. Мотивы создания ТЗ. Преимущества и недостатки различных способов создания ТЗ.

Тема 4. Идея и мотивы рекламной кампании. Образ в рекламе как элемент фирменного стиля.

Понятие уникального торгового предложения. Определение идеи рекламной кампании и слогана как выражения идеи. Виды слоганов (фирменный и товарный) и приемы их создания. Понятие и виды образов в рекламе: образ фирмы, образ товара, образ потребителя. Способы создания рекламного образа. Фирменный стиль. Выбор цвета и шрифта для фирменного стиля.

Тема 5. Медиапланирование. Средства рекламы.

Принципы выбора СМИ для рекламирования. Реклама в прессе: жанры, размещение, расчет необходимого числа контактов, приемы повышения эффективности рекламы в прессе. Виды макетов. Радиореклама: основные требования, жанры, размещение, расчет необходимого числа контактов. Телевизионная реклама: требования, жанры, размещение,

расчет необходимого числа контактов. Наружная реклама. Прямая реклама (директ мейл). Сувенирная реклама. Жанры полиграфической продукции в рекламе: проспекты, каталоги, буклеты, листовки. Мерчендайзинг. Специфика промышленной рекламы. Рекламно-информационное обеспечение выставок.

Тема 6. Составление плана-графика и бюджета рекламной кампании.

Определение сроков рекламной кампании, ее интенсивности исходя из этапа жизненного цикла товара/фирмы, вида рекламной кампании. Планирование этапов рекламной кампании, составление сетки выхода рекламных материалов и проведения рекламных мероприятий. Методы формирования бюджета рекламной кампании. Методы оценки экономической эффективности рекламы. Методы исследования психологической эффективности рекламы: претесты, посттесты.

Тема 7. Тенденции развития современной рекламы.

Организация рекламной службы на предприятии/фирме как одно из проявлений современного процесса управления рекламной деятельностью. Характеристики рекламы 21-го века. Современная зарубежная реклама. Специфика российской рекламы.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Рекламный менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема (раздел) | Методы текущего контроля успеваемости |
|---|---------------------------------------|
| Тема 2. Маркетинговые предпосылки рекламной кампании. | контрольная |
| Тема 4. Идея и мотивы рекламной кампании. Образ в рекламе как элемент фирменного стиля. | опрос |
| Тема 6. Составление плана-графика и бюджета рекламной кампании | тесты |
| Тема 7. Тенденции развития современной рекламы. | диспут |

Зачет проводится в письменной форме.

Основная литература:

1. Романов А.А. Рекламный менеджмент. Евразийский открытый институт, 2010. <http://www.iprbookshop.ru/10815>
2. Васильев Г.А. Основы рекламы. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/16425>