

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.21 «Рекламная деятельность»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: кандидат экономических наук, профессор Алексунин В.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 «Торговое дело», профиль «Логистика в торговой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области умения проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества и умения осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (УК ОС-5, ОПК-4).

План курса:

Раздел I. Методологические основы рекламной деятельности

Тема 1. Цели и задачи рекламной деятельности

Тема 2. История рекламы и особенности современного рынка рекламы

Раздел II. Регулирование рекламной деятельности

Тема 3. Субъекты рекламной деятельности

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности

Тема 5. Требования, предъявляемые к рекламе

Раздел III. Средства рекламы

Тема 6. Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации.

Тема 7. Электронные средства массовой информации

Тема 8. Средства почтовой рекламы

Тема 9. Средства наружной рекламы.

Тема 10. Вспомогательные средства рекламы

Раздел IV. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности

Тема 11. Планирование рекламных кампаний

Тема 12. Оценка эффективности рекламы

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: реферат, диспут, контрольная работа, тестирование, эссе, ситуационная задача, опрос.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: экзамен.

Этапы освоения компетенций УК ОС-5.2, ОПК-4.3 отражают формирование:

на уровне знаний:

Знать приемы и методы редактирования текстов профессионального назначения в сфере профессиональной деятельности

Знать методы сбора, хранения, обработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью, методы оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

на уровне умений:

Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью в сфере профессиональной деятельности

Уметь осуществлять обработку и оценку информации, необходимой для организации в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

на уровне навыков:

Владеть логикой рассуждений и высказываний в сфере профессиональной деятельности

Владеть навыками работы с рекламной информацией в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Основная литература:

1 Рогожин М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности, - М.: Берлин: Директ-Медиа, 2014 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716&sr=1>

2 Эриашвили Н. Д. , Романов А. А. , Васильев Г. А. , Апаликов Н. С. , Свиридова Е. А. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие.- М.: Юнити-Дана, 2012. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651&sr=1>