

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.11 Рекламная деятельность в малом бизнесе

Автор: Иванова В.А., доцент кафедры менеджмента и предпринимательства, к.э.н.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент
(Управление в малом бизнесе)

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области основных методов и приемов разработки, создания и размещения рекламных сообщений, организации и проведении рекламных акций и кампаний, а также оценки эффективности данной деятельности.

План курса:

Тема 1. Предмет, ключевые понятия курса

Понятие, субъекты и объекты рекламы, правила, концепции, цели и жанры рекламы. Основные составляющие рекламного процесса. Функции рекламы. Взаимосвязь рекламной деятельности с менеджментом и маркетингом. Реклама в проектной деятельности.

Тема 2. Рекламное наполнение бренда

Понятие бренда, особенности создания сильных брендов. Руководство проектами по брендингу и ребрендингу. Брендинг – современный подход к формированию активов марки. Особенности мотивационной составляющей в рекламе.

Тема 3. Копирайтинг

Рекламный текст в современных СМИ. Стандартные и нестандартные каналы распространения рекламной информации.

Тема 4. Психология рекламной деятельности

Характеристика психологических проблем рекламной деятельности. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы. Психические процессы в рекламе. Психологическое воздействие рекламы на потребителя. Механизмы такого воздействия. Суггестивные технологии психологического воздействия рекламы на потребителя. Маркетинговые технологии психологического воздействия рекламы на потребителя.

Тема 5. Эффективность рекламы

Современные подходы к измерению эффективности рекламы. Проблемы психологической эффективности рекламы. Экономическая эффективность рекламы. Измерение итогов рекламной кампании и оценка эффективности рекламного проекта.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс-4	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	ПКс-4.1	Способность анализировать запросы деловых партнеров и осуществлять сбор необходимой информации по партнерам для расширения внешних
		ПКс-4.2	Способность обеспечить поддержку связей с деловыми партнерами в рамках проектов, направленных на развитие организации

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Стратегическим управлением процессами технического обслуживания и материально-технического обеспечения производства (профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», Приказ Минтруда России №609н, от 08.09.2014)	ПКс-4.1	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знание специфики внутренней и внешней среды компании; • знание факторов микро- и макросреды компании; • применяет навыки проведения научных исследований, а также использует методы сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования. <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • умение получать детальную информацию о внутренней и внешней среде организации; • даёт рекомендации по улучшению исследования в ходе проведения

		<p>научно-исследовательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществляет поиск, анализ и оценку информации для подготовки и принятия управленческих решений. <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навык разработки и принятия стратегических решений на основе исследований по определению и оценке позиций компании в конкурентной бизнес-среде; • применяет навыки анализа, обработки и хранения информации для проведения научно-исследовательской деятельности; • использует навыки формулирования актуальных научных проблем.
<p>Стратегическим управлением процессами технического обслуживания и материально-технического обеспечения производства (профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», Приказ Минтруда России №609н, от 08.09.2014)</p>	<p>ПКс-4.2</p>	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знание рациональных условий деятельности человека; • знание особенностей социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий, встречающихся среди членов коллектива; • знание разновидностей методов публикации письменных документов, организации справочно-информационной деятельности. <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • умение создавать условия для комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; • умение высказывать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся исторического и социально-политического развития общества,

		<p>гуманитарных и социальных ценностей;</p> <ul style="list-style-type: none"> • умение высказывать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся исторического и социально-политического развития общества, гуманитарных и социальных ценностей. <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навык прогнозирования и оценки факторов окружающей среды; • навык делового общения в профессиональной среде; • навык обеспечения высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности.
--	--	--

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля – при проведении практической подготовки:

- Индивидуальный опрос;
- Групповой опрос;
- Презентация выполненного группового задания;
- Защита выполненных индивидуальных заданий.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачёта в письменной форме (тестирование).

Основная литература:

1. Антипов К.В. Основы рекламы : учебник / Антипов К.В.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 326 с. — ISBN 978-5-394-03458-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110924.html>
2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/482662>
3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469273>

