

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

#### Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Основы рекламы» является изучение теоретических основ рекламы и формирование компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

#### Задачи дисциплины:

- формирование кругозора обучающихся путем освоения ими возможно большего объема исторических и современных знаний о рекламе;
- обеспечение доступа к современным источникам оперативной информации о состоянии и перспективах развития международной рекламы, зарубежным исследованиям по рекламе, международным документам в этой области;
- достижение понимания обучающимися процессов, характеризующих современный мировой рынок рекламы и его перспективы;
- изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России;
- выработка представлений о современной рекламной индустрии, основных субъектах рекламного рынка, профессиональных обязанностях работников рекламных агентств и СМИ;
- формирование представлений о методах разработки рекламной информации для внешних рынков;
- формирование представлений об инструментах продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
- овладение навыками организации рекламы продукции организации для распространения на внешних рынках;
- овладение навыками оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения;
- овладение навыками поиска и анализа информации о потенциальных партнерах на внешних рынках.

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

| Код и наименование компетенции(ий) выпускника  | Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Результаты обучения по дисциплине   |
|--|---|---|
| ОПК-4.<br>Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений | ИОПК 4.1.<br>Использует современный аналитический финансово-экономический инструментарий для решения профессиональных задач.<br>ИОПК 4.2.<br>Выявляет и оценивает новые рыночные возможности. | <b>Знать:</b> основы рекламной деятельности.<br><b>Уметь:</b> выявлять и оценивать рыночные возможности для вывода продукта на рекламный рынок.<br><b>Владеть:</b> навыками организации рекламы продукции предприятия для распространения на рынке. |

|                          |   |   |  |
|--------------------------|---|---|--|
| деятельности организаций | и | ИОПК 4.3.<br>Разрабатывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций. |  |
|--------------------------|---|---|--|

### Содержание дисциплины

| <b>Наименование тем (разделов)</b>               |
|--|
| Тема 1. Понятие рекламы и рекламной коммуникации |
| Тема 2. Средства распространения рекламы         |
| Тема 3. Рекламное обращение                      |
| Тема 4. Рекламная кампания и рекламная стратегия |

**Форма контроля** – зачет с оценкой.