

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.09.2021 10:53:19
Уникальный программный идентификатор:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.24 «Реклама в отраслях и сферах деятельности» направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цель изучения дисциплины – приобретение знаний о методах разработки эффективных рекламных мероприятий в различных отраслях и сферах деятельности, умений применять методы анализа рекламной деятельности конкретных организаций с целью выявления ее достоинств и недостатков, выработка определенных практических навыков, достаточных для самостоятельного последующего освоения данной предметной области в практической деятельности.

Задачи:

- дать представление о наиболее общих закономерностях рекламы в различных отраслях и сферах деятельности;
- показать особенности по использованию механизма рекламы в различных отраслях и сферах деятельности;
- выработать у обучаемых умение применять теоретические знания в конкретной рыночной ситуации;
- определить роль предприятий и организаций промышленности и торговли в рекламной деятельности.

Основные блоки и темы дисциплины:

Реклама в производственных отраслях. Реклама в оптовой торговле. Реклама в розничной торговле. Реклама в сфере коммерческо-посреднических услуг. Реклама в сфере транспортных услуг. Реклама в сфере туристских услуг. Реклама в сфере страховых услуг. Реклама в сфере банковских услуг. Реклама в сфере образовательных услуг. Реклама в сфере производственных услуг. Планирование рекламной кампании. Разработка рекламных обращений. Создание промышленных брендов

Учебная дисциплина «Реклама в отраслях и сферах деятельности» входит в перечень дисциплин базовой части ОПОП.

В результате изучения дисциплины «Реклама в отраслях и сферах деятельности» у обучающегося формируются следующие общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПК-12 – способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-16 - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

знать: особенности рекламы в различных отраслях и сферах деятельности; основные подходы в рекламе в различных отраслях и сферах деятельности; современное состояние и перспективы развития рекламной деятельности по отраслям и сферам применения; стратегию, тактику, методики и технические приемы организации рекламной деятельности и уметь использовать их в профессиональной деятельности; классификацию рекламных средств, особенности организации рекламной деятельности;

уметь: использовать полученные знания для разработки эффективной рекламы и мероприятий по связям с общественностью; оценивать отбор носителей рекламы;

разрабатывать креативные идеи; составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей и целесообразности,

владеть: навыками планирования рекламной и кампании по связям с общественностью в различных отраслях и сферах деятельности; владеть методами исследования и анализа рекламных рынков; владеть методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей; владеть навыками работы с рекламными агентствами; владеть навыками работы с менеджерами масс-медиа; владеть современными способами эффективной организации рекламной деятельности.

Дисциплина «Реклама в отраслях и сферах деятельности» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой, написанием курсовой работы и завершается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 часа, 7 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: курсовая работа, экзамен.

Разработчик:
канд. экон. наук

Зав. выпускающей кафедрой
направления



Галинская Н.Н.

Кумпилова А.Р.