

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Кристина Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.06.2023 16:12:45  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9c5ab9b206d480271b5c1a979e6f

## Аннотация

Рабочей программе учебной дисциплины «Б1.В.ДВ.05.02 Рекламный менеджмент»  
направления подготовки бакалавров «38.03.02 Менеджмент» профиль Менеджмент

**Цель изучения курса** - формирование представления у студентов об управлении рекламой как виде профессиональной деятельности; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта рекламного менеджмента

**Задачами** курса являются:

- ознакомить студентов с процессами и механизмом управления рекламой; свойствами, характеристиками и основными этапами процесса управления рекламой; нравственными ограничениями в использовании средств управления;
- сформировать представление о системе управления рекламой,;
- развить практические навыки студентов в области принятия управленческих решений, налаживания коммуникаций.

### Основные блоки и темы дисциплины:

Закономерности и принципы рекламы, внешняя и внутренняя среда организации, управление коммуникациями, система управления рекламным менеджментом,

Учебная дисциплина «Рекламный менеджмент» входит в перечень вариативных дисциплин ОПОП.

В результате освоения дисциплины у обучающегося формируются следующие профессиональные (ПК) компетенции (или их элементы), предусмотренные ФГОС ВО.

ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

В результате изучения дисциплины бакалавр должен

**Знать:** принципы, порядок, законодательно-нормативную базу органов государственного регулирования; принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; основные концепции и методы анализа рыночных и специфических рисков, сферу их применения.

**Уметь:** анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента, государственного и муниципального управления.

**Владеть:** навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования;

Дисциплина «Рекламный менеджмент» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научной литературой и завершается зачетом

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 108 часа, 3 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** зачет.

Разработчик:

канд, экон. наук, доц \_\_\_\_\_



С.В. Горбанев

Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению \_\_\_\_\_

Л.И. Задорожная