

Специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Рекламная деятельность»

1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Дисциплина входит в профессиональный цикл.

2. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины

Обязательная часть

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- работать с законодательными документами;
- составлять и оформлять рекламные тексты и объявления;
- проводить рекламные мероприятия в магазине;
- оформлять витрины образцами различных товарных групп;
- взаимодействовать с участниками рекламного процесса;
- рассчитывать и анализировать экономическую эффективность рекламных мероприятий и вносить рекомендации по внедрению новых видов рекламных средств и мероприятий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- цели и задачи учебной дисциплины;
- сущность и задачи рекламы;
- основные законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность;
- рекламные средства и их применение в магазине,
- организацию и управление рекламной деятельностью в торговле;
- состояние рекламной деятельности современных торговых предприятий г. Уфы;

3. Структура дисциплины.

Раздел 1. Сущность и значение рекламы, ее правовое регулирование

Тема 1.1 Понятие, сущность и задачи рекламы

Тема 1.2. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Тема 1.3 Классификация рекламы и рекламных средств.

Тема 1.4 Рекламные средства и их применение

Тема 1.5 Создание рекламных объявлений и текстов

Раздел 2. Организация рекламной деятельностью на рынке товаров и услуг

Тема 2.1 Организация рекламы в магазине

Тема 2.2. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров и услуг

Тема 2.3 Фирменный стиль и его составляющие элементы. Тема 2.4 Эффективность рекламной деятельности

4. Основные образовательные технологии.

Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов по изучению теоретических вопросов и выполнению практических заданий, компьютерное тестирование, подготовка докладов и сообщений, подготовка слайд-шоу, реферирование.

5. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общих компетенций (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

Содержание дисциплины ориентировано на формирование профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

6. Общая трудоёмкость дисциплины: 60 часов.

7. Форма контроля: дифференцированный зачет