

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**



Проректор по учебной работе

Н.А.Еськова

31 августа 2023 г.

Рекламная деятельность

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за	Кафедра экономики
Учебный план	38.03.06 Торговое дело Профиль "Коммерция"
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	очная

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Демченко А.А.
к.есг.н., доцент Еськова Н.А.

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	14 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	28	28	28	28
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	42,3	42,3	42,3	42,3
Контактная работа	42,3	42,3	42,3	42,3
Сам. работа	65,7	65,7	65,7	65,7
Итого	108	108	108	108

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	16 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	12,3
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	91,7	91,7	91,7	91,7
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	12,3
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	3,7	3,7	3,7	3,7
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель: Формирование знаний и умений по применению рекламы в коммерческой деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Бизнес-планирование
2.1.2	Исследование операций в сфере услуг
2.1.3	Организация, технология и проектирование предприятий торговли
2.1.4	Основы управления организацией торговли
2.1.5	Управление товарным ассортиментом
2.1.6	Правовое регулирование профессиональной деятельности
2.1.7	Экономический анализ
2.1.8	Маркетинг
2.1.9	Основы предпринимательства
2.1.10	Экономика организаций
2.1.11	Экономическая теория
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Международная торговля
2.2.2	Методы стимулирования продаж
2.2.3	Организация торговой деятельности
2.2.4	Рынки потребительских товаров
2.2.5	Экономическое управление бизнесом
2.2.6	Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарного рынка
2.2.7	Маркетинговые исследования
2.2.8	Маркетинговые коммуникации
2.2.9	Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам
2.2.10	Товарная политика
2.2.11	Управление ценовой политикой
2.2.12	Торгово-технологическая практика
2.2.13	Преддипломная практика
2.2.14	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-4.3: Применяет методiku составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств

Знать: разнообразие языковых форм и средств

Уметь: формулировать суждения в межличностном деловом общении

Владеть: методами применения адекватных языковых форм и средств

ПК-3.3: Участвует в организации, продвижении, оценке эффективности рекламы предприятия, в т.ч. в цифровой среде

Знать: основы процессов организации рекламных мероприятий

Уметь: продвигать рекламу на продукцию предприятия

Владеть: способностью оценки эффективности рекламы предприятия, в т.ч. в цифровой среде

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать: базовые понятия и принципы правового регулирования в рекламной сфере; сущность, цели, задачи и функции рекламы; методики оценки эффективности рекламной деятельности</p>
3.2	<p>Уметь: определять и обосновывать применение различных видов рекламы и ее носителей; составлять медиаплан рекламной кампании, использовать техническую документацию в рекламной деятельности; рассчитывать бюджет рекламной кампании.</p>
3.3	<p>Владеть: навыками анализа и планирования рекламы на предприятии; навыками разработки рекламной идеи; навыками оценки эффективности рекламных кампаний.</p>