

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 09:12:09

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Управление рекламой

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.03_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
	Неделя		Неделя			
Неделя	17,3		17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	36	36	18	18	54	54
Практические	36	36	36	36	72	72
В том числе инт.	30	30			30	30
Итого ауд.	72	72	54	54	126	126
Контактная	72	72	54	54	126	126
Сам. работа	36	36	126	126	162	162
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	216	216	324	324

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: – раскрыть основные теоретические понятия, обучить методике организации и планирования рекламной деятельности и организации и планирования кампаний продвижения.- выявление, формирование и удовлетворение потребностей для организации и планирования рекламной деятельности;
1.2	Задачи: разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; участие в реализации проектов в области организации и планирования рекламной деятельности; проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий, выбор и разработка средств рекламы при организации и планирования рекламной деятельности; анализ и оценка рекламной деятельности для разработки коммуникационной стратегии; проведение исследований в процессе организации и планирования рекламной деятельности.

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

ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами

Знать:

особенности требований к персоналу РА

Уметь:

управлять работниками РА и подразделения рекламодателя

Владеть:

приемами стимулирования маркетингово-коммуникационной деятельности в подразделениях РА и рекламодателя

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Знать:

особенности договорных отношений в сфере рекламы

Уметь:

подготовить договор

Владеть:

основными навыками согласования договора во время переговорного процесса

ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Знать:
критерии качества торгового обслуживания
Уметь:
качественно обслуживать потребителей
Владеть:
методикой обслуживания потребителей