

АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины Реклама
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль "Цифровой маркетинг и цифровая логистика"

Отделения социально-экономических наук (О)

Цель изучения дисциплины: дать слушателю общее представление Рекламе, ее целях, задачах, функциях и формах воздействия на клиента. Научить основам психологии и мотивы поведения покупателей, порядка составления рекламного обращения, применение системы маркетинговой коммуникации и ее роли в комплексе маркетинга.

Задачи дисциплины:

- развить у слушателей понимания общего мировоззрения рекламного бизнеса как за рубежом так и в России.
- ознакомить будущего бакалавра с методиками и способами принятия решения для проведения рекламной компании по различным целям и задачам.
- развить умения, навыки и компетенции у слушателей в определении основных элементов рекламной стратегии а именно:
 - Как написать наиболее эффективный рекламный текст, лозунг и т.д.
 - Как влияют на положение фирмы на рынке ее товарный знак или логотип.
 - Какие СМИ будут наиболее полезны для вашей рекламной компании.
 - Как купить рекламное место и время дешевое, чем по цене указанных в официальных прейскурантах цен и т.д.
- дать навыки применения рекламного воздействия при помощи Интернет-технологий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина реализуется в рамках базовой части блока 1 профессионального модуля, дисциплины по выбору, изучается на **5** курсе в **9** семестре

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-6 Способен владеть навыками продвижения на рынок инвестиционных проектов

ПК-4.2Способен осуществлять коммуникации и поддерживать внимание потребителей в социальных сетях

Индикаторы достижения компетенций:

З-ПК-6 Знать: способы стимулирования сбыта и внедрения на рынок инновационных продуктов

У-ПК-6 Уметь: анализировать рынок высокотехнологичной продукции и оценивать ее конкурентоспособность

В-ПК-6 Владеть: навыками применения методов стратегического анализа и планирования

З-ПК-4.2 знать типы аудиторий в различных соц. сетях

У-ПК-4.2 уметь использовать современные инструменты информирования и продвижения в соц. сетях

В-ПК-4.2 владеть навыками оформления и ведения сообществ в социальных сетях

Формы итогового контроля:

Зачёт