

Аннотация
К рабочей программе дисциплины «Основы рекламной
деятельности»
по направлению 38.03.01. «Экономика»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Форма контроля: зачет, контрольная работа.

Предполагаемые семестры: 2

Цель дисциплины: Целью учебной дисциплины «Организация рекламной деятельности» является формирование у студентов понимания роли рекламы на современном этапе рыночной экономики, раскрытие особенностей управления рекламной деятельностью.

Учебная дисциплина «Основы рекламной деятельности» входит в гуманитарный, социальный и экономический цикл (дисциплина по выбору)

Краткое содержание дисциплины: Предмет, метод и задачи курса «Рекламная деятельность». История возникновения и развития рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Правовое регулирование рекламной деятельности. Рекламные средства и их применение. Организация рекламы в магазине. Товарные знаки.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет

Зав.кафедрой



И.И. Потапова