

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.03
«Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

Цели и задачи освоения дисциплины

Дисциплина «Основы рекламы» ставит своими *целями* обеспечение усвоения студентами базовых понятий в области рекламы; организации и проведения рекламных кампаний; формирование системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития.

Рабочая программа разработана с учетом следующих педагогических и методических принципов: принцип коммуникативной направленности, принцип культурной и педагогической целесообразности, принцип интегративности, принцип нелинейности, принцип автономии студента.

Основными задачами курса «Основы рекламы» являются:

1. знакомство студентов с теоретическими и современными взглядами на рекламные коммуникации, с их функциями, целями, задачами, видами, формами и разнообразными рекламоносителями;

2. знакомство студентов с современными видами рекламных стратегий и принципами их выбора для продвижения разнообразных товаров и услуг, в том числе СМИ;

3. изучение современного состояния и тенденций развития рекламного рынка России;

4. изучение состава и структуры взаимоотношений основных и неосновных субъектов рекламного рынка, а также тенденций развития этих взаимоотношений с учетом новых изменений, обусловленных развитием и изменением в экономике, бизнесе, социуме, технологии и правовой сферы;

5. изучение видов рекламной продукции и услуг, предоставляемых СМИ на рекламном рынке, а также особенностей их ценообразования и продвижения;

6. освещение тенденций развития и видоизменения рекламной продукции и услуг, а так же условий их предоставления различными субъектами рекламного рынка;

7. овладение первичными умениями и навыками маркетингового анализа деятельности различных СМИ как субъектов рекламного рынка.

Воспитательный потенциал дисциплины «Основы рекламы» позволяет формировать уважительное отношение к духовным ценностям и традициям других стран и народов, совершенствовать нравственные качества студента. Достижение этой цели базируется на концепции личностно-гуманного подхода к обучению студента.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

профессиональные:

– владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала (ПК-19).

В результате освоения дисциплины «Основы рекламы» студент должен:

знать:

- различные подходы к пониманию и определению рекламы;
- главные задачи и логическую последовательность осуществления комплекса рекламных мероприятий;
- основные концепции рекламной деятельности;
- исторические сведения о возникновении, развитии рекламы и появления рекламной индустрии;
- современные формы рекламной деятельности;
- конкретные категории и понятия рекламной деятельности;
- различные варианты реализации рекламного процесса;
- особенности производства рекламных обращений.

уметь:

- анализировать основные теоретические концептуальные подходы к определению рекламы, рекламной деятельности и рекламного бизнеса;
- ориентироваться в вопросах определения основных функций, задач, форм, видов, ролей и типов рекламы;
- формулировать и объяснять специфику основных категорий рекламной деятельности с точки зрения теории и права;
- определять конкретную специфику процесса создания и продвижения определенных видов рекламной продукции; проектировать проведение рекламных кампаний, а также составлять план-графики рекламных кампаний;
- определять необходимые формы рекламных обращений с учетом специфики товара и группы целевого воздействия; создавать тексты рекламных объявлений и статей.

владеть:

- навыками составления рекламных текстов.
-

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы рекламы» относится к дисциплинам по выбору профессионального блока и рассматривается как дополнительный компонент профессиональной подготовки бакалавра.

Курс находится в логической и содержательно-методической связи с такими дисциплинами как «Социология», «Основы теории управления».

По итогам изучения вышеназванных дисциплин у студентов должны быть на начальном этапе частично сформированы следующие компетенции:

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

– способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

– знание основ современной философии и концепций управления персоналом, сущности и задач, закономерностей, принципов и методов управления персоналом, умение применять теоретические положения в практике управления персоналом организации (ОПК-1);

– способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации (ОПК-5);

– владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способностью отстаивать свою точку зрения, не разрушая отношения (ОПК-6);

– готовность к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, а также владением навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других (ОПК-7).