

АННОТАЦИЯ

дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программы

РЕКЛАМА И РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Цели и задачи:

Цель - выработать у студентов знания и умения эффективно использовать приемы рекламного воздействия в будущей профессиональной деятельности. Систематизировать представление студентов рекламе как о специфической сфере коммуникативного воздействия через анализ позиционирования товаров и услуг, через изучение основных средств распространения рекламной информации, законов рекламного текста, правовых, этических и эстетических аспектов регулирования рекламы, особенностей коммерческой и некоммерческой рекламы на государственном и региональном уровне, что в значительной степени повысит уровень профессиональной готовности к работе по выбранной специальности.

Задачи, стоящие при освоении общеразвивающей программы:

Обучающие:

- применять полученные знания в практической деятельности;
- разрабатывать и применять средства рекламы;
- планировать и организовывать рекламные мероприятия на торговом предприятии.

Развивающие:

- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

Воспитательные:

- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
- Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий;
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

знать:

- функциях, задачах и сферах применения рекламы, закономерностях ее развития, роли рекламы в маркетинговой политике организации, направлениях деятельности менеджера по рекламе для успешного решения вопросов продвижения товаров к потребителю;

- определения ключевых понятий и терминов, особенности и основные правила эффективной рекламы, приемы и методы процесса маркетинговых коммуникаций для достижения стратегических и тактических рекламных целей организации;

- основных направлениях комплекса маркетинга для осуществления успешной рекламной деятельности.

уметь:

- уметь планировать рекламную стратегию с учетом точки зрения потребителя на товар и услуги; определять целевые аудитории, на которые направлена соответствующая реклама

владеть:

- применять правила эффективной рекламы для повышения спроса и товарооборота; владеть основными приемами привлечения внимания и стимулирования потребности покупателей;

- проводить рекламные исследования для получения информации о потребителях, товаре и проведения анализа ситуации на рынке;

- создавать эффективные творческие рекламные сообщения, направленные на привлечение внимания, формирование интереса и стремления к покупке у потребителя.

2. Образовательные технологии:

Учебная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и инновационных форм учебных занятий. Лекционные занятия проводятся в форме интерактивных лекций, традиционных информационных лекций. Практические занятия проводятся в традиционной форме и инновационной форме.

3. Срок реализации программы: 3 месяца

4. Объем часов: 72 часа

5. Разработчики:

Китаёв Юрий Александрович
Кравченко Дмитрий Павлович
Човган Наталья Ивановна
Сидоренко Артем Александрович

Доцент, к.э.н, доцент кафедры экономики
Доцент, к.э.н, доцент кафедры экономики
Доцент, к.э.н, доцент кафедры экономики
Ст. преподаватель