

Аннотация к рабочей программе по дисциплине
Рекламный маркетинг
Вариативная часть Б1.1.39
Общая трудоемкость изучения дисциплины – 2 ЗЕТ (72 часа).

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Рекламный маркетинг» является формирование следующих компетенций:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

Место дисциплины в учебном процессе

Учебная программа дисциплины «Рекламный маркетинг» относится к базовой части (Б1.1.39), формирует знания для освоения общепрофессиональных и профессиональных компетенций, опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Экономика» (Б1.1.5), «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» (Б1.1.15) «Основы менеджмента» (Б1.1.16), «Основы маркетинга» (Б1.1.18), Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью (Б1.1.28).

В процессе обучения осуществляется взаимодействие с такими дисциплинами как «Медиапланирование» (Б1.1.33), «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.28), «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» (Б1.1.19).

В результате изучения дисциплины студент должен

Виды учебной работы: лекции, практические занятия.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом.