

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Рекламное сопровождение бизнеса»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ПК-7.2: Применять методы и инструменты продвижения инноваций (изменений) на рынок;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Рекламное сопровождение бизнеса» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения заочная. Семестр 10.

1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Основные категории дисциплины. Функции рекламы. Цели и общие требования к рекламе. Терминология рекламы. История рекламы. Появление рекламы и причины ее эволюции. Творчество и новаторство в рекламе..

2. Социально-психологические основы рекламы.. Основные мотивы, используемые в бизнес-рекламе. Творческие приемы и средства бизнес-рекламы. Обращение к выгоде клиента как основной метод убеждения. Вербальные и невербальные техники презентации товара. Использование гипнотических техник в презентации товара. Основные правила аргументации на этапе презентации товара. Правила приведения аргументов. Аргументация, ориентированная на полезность..

3. Планирование рекламной компании. Выбор средств рекламы для программы внедрения организационных изменений, продуктовых и технологических инноваций.. Принципы, методы рекламной деятельности. Основные элементы рекламы. Анализ схемы построения плана рекламы. Основные модели и методы определения ассигнований на рекламу. Критерии выбора средств распространения рекламы с учетом коммуникативной, психологической и экономической эффективности: опросы, тесты, анкетирование..

4. Носители рекламной информации. Методы и инструменты продвижения инноваций на рынок.. Основные направления распространения рекламы. Выбор формы и вида рекламы. Преимущества и недостатки рекламных средств. Особенности отдельных видов распространения рекламы и факторы, которые должны быть учтены при создании рекламной продукции..

5. Организация рекламной деятельности. Разработка рекламного сопровождение бизнес-идей.. Правовые аспекты рекламной деятельности. Основные положения международного кодекса рекламы. Общие требования закона «О рекламе». Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы..

Разработал:

доцент
кафедры М

Т.М. Берлова

Проверил:

Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева