

АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине

РЕКЛАМА

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки высшего образования 43.03.01 «Сервис»

Квалификация – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ:

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама» составлена в соответствии с учебным планом подготовки *бакалавров* по направлению **43.03.01 Сервис** в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью освоения дисциплины (модуля) является освоением студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области рекламы и реализация их в своей профессиональной деятельности.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Результаты освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки «Сервис» в соответствии с *научно-исследовательским* видом профессиональной деятельности и профилем подготовки при освоении дисциплины «Связи с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи:

- разработка элементов оптимизации сервисной деятельности;
- участие в исследованиях потребительского спроса;
- мониторинг потребностей;
- участие в исследованиях психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов;
- участие в исследовании и реализации методов управления качеством, стандартизации и сертификации изделий и услуг, формировании клиентурных отношений.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина Б.1.В.23 «Реклама» относится к дисциплинам Блока 1, вариативной части вузовского компонента. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается в 7 семестре по очной и в 9 семестре по заочной формам обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам:

очное обучение: Русский язык и культура речи; Правоведение; Мировая культура и искусство; Поведение потребителей в сфере услуг; Психодиагностика; Психологический практикум/Психология делового общения; Менеджмент в сервисе; Психология массовой коммуникации.

заочное обучение: Русский язык и культура речи; Правоведение; Мировая культура и искусство; Поведение потребителей в сфере услуг; Психология; Психологический практикум/Психология делового общения; Менеджмент в сервисе; Связи с общественностью; Психология массовой коммуникации; Менеджмент и маркетинг физической культуры и спорта; Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

профессиональные: готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - роль современной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций и ее задачи в сервисной деятельности (ПК-2); - систему маркетинга, особенности продвижения услуг (ПК-2); - средства распространения и размещения рекламы (ПК-2); - социально-психологические особенности рекламы (ПК-2); - принципы создания рекламного текста (ПК-2); - основные приемы и средства рекламы (ПК-2); - этапы проведения рекламной кампании (ПК-2); - законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы (ПК-2).
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать психические, физиологические особенности человека, социальную значимость потребителей (ПК-2); - проводить экспертизу рекламных текстов (ПК-2); - использовать приемы и средства создания рекламного продукта (ПК-2); - использовать нормативно-правовые акты в рекламной деятельности (ПК-2); - определять цели и задачи рекламы в сервисе (ПК-2).
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> - умением обеспечить рекламную деятельность в организации (ПК-2); - навыками работы с законодательными актами, регламентирующими рекламную деятельность (ПК-2).

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:

очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
					7
Аудиторные занятия (всего)	60*				60*
В том числе:					
Лекции	24				24
Практические занятия (ПЗ)	-				-
Семинары (С)	36				36
Самостоятельная работа (всего)	84				84
В том числе:					
Изучение теоретического материала	14				14
Выполнение письменного домашнего задания	5				5
Подготовка к проведению фрагментов занятия	8				8
Подготовка презентации	10				10
Рефераты	5				5
Подготовка к текущим, рубежным контролям	6				6
Подготовка к экзамену	36				36
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен				экзамен
Общая трудоемкость	Часы	144			144
	зачетные единицы	4			4

* интерактивные занятия 12 час.

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
					9
Аудиторные занятия (всего)	14*				14*
В том числе:					
Лекции	6				6
Практические занятия (ПЗ)	-				
Семинары (С)	8				8
Самостоятельная работа (всего)	130				130
В том числе:					
Изучение теоретического материала	30				30
Работа с базами данных по рекламе	16				16
Выполнение письменного домашнего задания	10				10
Подготовка к деловой игре	2				2
Подготовка к тестированию	2				2
Подготовка презентации	10				10
Расчетно-графические работы					
Рефераты	4				4
Контрольная работа	20				20
Подготовка к экзамену	36				36
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен				экзамен
Общая трудоемкость	Часы	144			144
	зачетные единицы	4			4

*интерактивные занятия 9 час.