

ЧОУ ВО «Гольяттинская академия управления»



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
А.С. Огрин

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Современные рекламные технологии»**

Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **управления и связей с общественностью**

| | |
|---|---|
| Место дисциплины в учебном плане | Учебная дисциплина «Современные рекламные технологии» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули). |
| Цель изучения дисциплины | Сформировать у студентов представление о современных рекламных технологиях, навыки умения работать с современными рекламными технологиями. |
| Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины | ПК-6 – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; ПК-14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве. |
| Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины | Знает: <ul style="list-style-type: none">• виды современных рекламных технологий;• виды целевых аудиторий;• способы определения и различия целевых аудиторий;• основные каналы рекламы и их отличия;• виды рекламной продукции и способы её распространения. Умеет: <ul style="list-style-type: none">• использовать знания в области рекламы;• сегментировать рынок относительно желаний целевых аудиторий;• подготавливать рекламную продукцию к выпуску;• подготавливать презентацию рекламных продуктов. |

| | |
|--|---|
| | <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками организации рекламных кампаний; • навыками работы в отделе рекламы; • навыками планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. |
| Краткая характеристика учебной дисциплины | <p>Тема 1. Типы современных рекламных технологий Тема 2. Виды и классификации рекламы Тема 3. Целевая аудитория и способы её определения Тема 4. Каналы трансляции рекламы Тема 5. Рекламные агентства Тема 6. Маркетинг и реклама Тема 7. Создание бренда Тема 8. Торговые марки и их история</p> |
| Форма итогового контроля знаний | <p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрены экзамены, которые проводятся в виде защиты итоговой презентации на тему «Организация рекламной кампании»;</p> |