

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.8.1 Основы рекламной деятельности

по направлению подготовки: 15.03.02 «Технологические машины и оборудование»

по профилю «Пищевая инженерия малых предприятий»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ПИМП

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Пищевой инженерии малых предприятий»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы рекламной деятельности» являются:

- а) теоретическая и практическая подготовка специалиста к разработке упаковки продукта и составлению на него рекламы;
- б) изучение методологических, социально-психологических основ упаковки как рекламного средства, основные принципы создания рекламных текстов.

2. Содержание дисциплины «Основы рекламной деятельности»:

Основные понятия и определения.

Предмет, сущность и задачи рекламы.

История возникновения рекламы.

Социально – психологические основы рекламы.

Основные средства маркетинговых коммуникаций.

Рекламные средства и их применение. Классификация рекламных средств.

Правовое регулирование рекламной деятельностью.

Основные разработки рекламных объявлений и текста.

Организация рекламы в магазине, оптовых и производственных предприятиях.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) основные принципы разработки рекламных текстов на упаковке товара;
- б) основы Федерального закона «О рекламе» (18.07.1995 г.);
- в) основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации.

2) Уметь:

- а) использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства;
- б) разработать на компьютере рекламу для упаковки пищевого продукта.

3) Владеть:

- а) знаниями для выбора рекламного средства и составления рекламного текста в соответствии с законом «О рекламе»;
- б) способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры.

Зав. каф. ПИМП, профессор

Поливанов М.А.