

АННОТАЦИЯ

рабочей программы

Организация рекламной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- составлять рекламные сообщения,
 - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей и целесообразности,
 - организовывать рекламные акции, оценивать их эффективность;
- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности по направлению торговое дело;

знать:

- этапы развития рекламной деятельности в России;
- цели, задачи и правила проведения рекламной кампании;
- основные принципы, нормы и законодательные акты, регулирующие рекламную деятельность;
- критерии эффективности рекламы;
- виды и средства рекламы;
- современные средства распространения рекламной информации.

В результате изучения учебной дисциплины «Организация рекламной деятельности» обучающийся должен обладать общими и профессиональными компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

Одними из рассматриваемых тем дисциплины являются: Определение, типы, роли и функции рекламы. Участники рекламного рынка. Этапы развития российской рекламы и ее особенности. Федеральный закон РФ «О рекламе»: структура документа и его содержание. Печатные средства массовой информации. Средства почтовой рекламы и вспомогательные средства рекламы. Организация выставочной деятельности

Место дисциплины в структуре ПССЗ: учебная дисциплина «Организация рекламной деятельности» является дисциплиной общепрофессиональный цикл программы подготовки специалистов среднего звена при освоении специальности СПО 42.02.01 Реклама