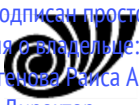


Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Тюлегина Рамса Амиржановна Должность: Директор Дата подписания: 21.06.2023 12:37:33	 МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал	
Уникальный идентификатор программы дисциплины "Организация рекламной деятельности на малом предприятии" по направлению подготовки (специальности) "МЕНЕДЖМЕНТ" малым бизнесом	125b8acc4c558b195b910e2e54c8c07e7466180bae00874394f	стр. 1 из 3

## Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля) Организация рекламной деятельности на малом предприятии

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль)

Управление малым бизнесом

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Костанай, 2023 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины "Организация рекламной деятельности на малом предприятии" по направлению подготовки (специальности) "МЕНЕДЖМЕНТ" направленности (профилю) Управление малым бизнесом	стр. 2 из 3
--	-------------

### 1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 1.1 Цели

формирование теоретических и прикладных знаний о механизме рекламно-информационной деятельности с учетом особенностей ведения малого бизнеса

#### 1.2 Задачи

- сформировать у студентов всесторонние знания о психологии потребителей, их вкусах, привычках, взглядах;
- вооружить студентов методологией рекламной деятельности;
- научить студентов правильно выбирать рекламные средства и технологию их применения с учетом законов потребительского восприятия

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.1.15
---------------------	-----------

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений**

#### Знать:

Уровень 1	сущность и задачи рекламной деятельности предприятия и основные социально-психологические аспекты рекламы;
Уровень 2	сущность и задачи рекламной деятельности предприятия и психологию потребительской мотивации поведения покупателя;
Уровень 3	сущность и задачи рекламной деятельности предприятия и специфику применения методов рекламного внушения и убеждения.

#### Уметь:

Уровень 1	- решать организационно-управленческие задачи в ходе реализации различных видов и форм рекламной деятельности; - использовать различные рекламные средства; - принимать рекламные решения с учетом социальной ответственности за их воздействие на потребительские предпочтения.
Уровень 2	- решать организационно-управленческие задачи в ходе реализации различных видов и форм рекламной деятельности, позиционировать объекты публич-рилейшнз на предприятии; - принимать решения по поводу выбора и применения различных рекламных средств; - предвидеть и учитывать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности за их воздействие на потребительские предпочтения
Уровень 3	- решать организационно-управленческие задачи в ходе реализации различных видов и форм рекламной деятельности, позиционировать объекты публич-рилейшнз на предприятии и преодолевать «барьеры недоверия» к фирме, самостоятельно разрабатывать рекламные объявления и тексты; - определять широту охвата, частоту и силу воздействия различных рекламных средств и разрабатывать графики их использования; - учитывать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности за их воздействие на потребительские предпочтения с учетом индивидуальных особенностей восприятия информации конкретного человека

#### Владеть:

Уровень 1	- методами оценки экономической эффективности принятых рекламных решений.
Уровень 2	- методами оценки экономической и психологической эффективности принятых рекламных решений; - навыками выявления недостатков в рекламной деятельности малых предприятий.
Уровень 3	- методами оценки экономической, коммуникативной и психологической эффективности принятых рекламных решений; - навыками выявления недостатков в рекламной деятельности малых предприятий и разработки мероприятий по их устранению.

**ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности**

#### Знать:

Уровень 1	основные рекламные стратегии.
Уровень 2	взаимосвязи между различными рекламными стратегиями

Аннотация рабочей программы дисциплины "Организация рекламной деятельности на малом предприятии" по направлению подготовки (специальности) "МЕНЕДЖМЕНТ" направленности (профилю) Управление малым бизнесом		стр. 3 из 3
Уровень 3	взаимосвязи между различными рекламными стратегиями с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в рекламной деятельности	
<b>Уметь:</b>		
Уровень 1	- проводить исследования потребительских предпочтений и спроса; - разрабатывать рекламные стратегии, переводящие особенности товаров и услуг через систему художественных образов, символов, знаков, реализуя различные виды и формы рекламы.	
Уровень 2	- проводить исследования потребительских предпочтений и спроса с использованием как качественных, так и количественных методов; - разрабатывать рекламные стратегии, переводящие особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков, реализуя различные виды и формы рекламы.	
Уровень 3	- проводить исследования потребительских предпочтений и спроса с использованием как качественных, так и количественных методов с учетом их преимуществ и недостатков; - разрабатывать рекламные стратегии, переводящие сущность, качество, особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков с использованием различных рекламных средств и реализуя различные виды и формы рекламы	
<b>Владеть:</b>		
Уровень 1	навыками стратегического анализа эффективности рекламной деятельности малых предприятий.	
Уровень 2	навыками стратегического анализа и оценки эффективности рекламной деятельности малых предприятий.	
Уровень 3	навыками и методологическими основами стратегического анализа, оценки и планирования эффективности рекламной деятельности малых предприятий.	

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<b>Общая трудоемкость</b>		<b>3 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:  зачеты 7
в том числе	:	
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	
:	:	