

АННОТАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность» является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама».

Дисциплина «Рекламная деятельность» является дисциплиной общепрофессионального цикла.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте,
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части,
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах,
- выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации,
- определять задачи для поиска информации,
- использовать современное программное обеспечение ,
- составление ТЗ для исполнителей копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров по заказу рекламодателя,
- консультирование клиентов компании, контроль исполнения рекламных кампаний,
- применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить,
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте,
- методы работы в профессиональной и смежных сферах,
- приемы и методы современных рекламно- коммуникативных технологий,
- формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации,
- нормативные правовые документы о рекламе,
- виды рекламы и основы организации рекламной деятельности,
- требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам,
- приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии,
- правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда,

– устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернета, печатных изданий и т.д.,

– приемы и методы проектирования рекламного продукта.

Количество часов на освоение программы дисциплины, часов - 133.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена в 4 семестре.

Язык обучения по дисциплине: русский.