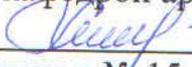


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кудинова Анна Васильевна  
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
Дата подписания: 02.07.2017 15:16:45  
Уникальный программный ключ:  
1366bab9c8f00d7373af5daae090a0b087d711c

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

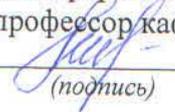
Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ  
Зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
 А.В. Кудинова  
Протокол № 15 от 16 июня 2017 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В. ОД. 2 ОСНОВЫ РЕКЛАМНОГО МАРКЕТИНГА**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки  
Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации  
Квалификация выпускника – бакалавр  
Форма обучения – очная, заочная

Составитель:  
доктор философских наук,  
профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы  
 Морозов С.А.  
(подпись) (Ф.И.О.)

Краснодар  
2017

# 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели:** формирование у обучающихся теоретических и прикладных знаний по использованию основ маркетинга в сфере рекламной деятельности; обучение способам и подходам практического применения инструментов маркетинга в сфере рекламы на основе эффективного использования их потенциала с ориентацией на потребителя.

## **Задачи:**

- формирование у обучающихся целостного представления теоретических основах рекламного маркетинга;
- ознакомление обучающихся с прикладными маркетинговыми технологиями в рекламе;
- формирование у обучающихся навыков понимания проблем и особенностей организации и планирования маркетинговой деятельности в сфере профиля подготовки;
- формирование знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики;
- формирование способностей отражения оценки конкурентоспособности товара и услуг компании в рекламных коммуникациях;
- формирование у обучающихся навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы рекламного маркетинга» относится к обязательным дисциплинам вариативной части цикла. Для ее изучения требуются знания в объеме ФГОС общего среднего образования.

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

### **а) общекультурных компетенций (ОК):**

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

### **б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):**

- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);
- способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

### **в) профессиональных компетенций (ПК):**

- способность работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8).

**В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:**

**Знать:**

- основные понятия маркетинга и их взаимосвязь с направлениями применения в рекламной деятельности;
- функции маркетинга в сферерекламных коммуникаций;
- содержание комплекса маркетинга и маркетинговых технологий в рекламной деятельности;
- основные концепции и средства маркетинга в рекламе;
- принципы сегментации и выбора целевых сегментов в рекламных коммуникациях;
- организацию маркетинговой деятельности в сфере рекламы;

#### **Уметь:**

- анализировать во взаимосвязи явления и процессы на рынках товаров и услуг и их влияние на рекламную деятельность;
- выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения в сфере рекламных коммуникаций;
- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации в рекламных коммуникациях;
- анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований применительно к сфере рекламы;
- планировать и осуществлять использование маркетинговых технологий в рекламной деятельности.

#### **Владеть:**

- основами методологии и основными методами маркетингового анализа в рекламной сфере;
- методами разработки маркетинговых программ и маркетинговой политики в рекламе;
- методикой сегментации целевых рынков и выработки коммуникационной политики в отношении целевых аудиторий;
- методикой оценки эффективности рекламных коммуникаций в маркетинговой деятельности предприятия /организации.

**Приобрести опыт деятельности:** применения методологии и методики разработки маркетинговой деятельности в сфере рекламы: планирования, реализации и оценки эффективности деятельности в области маркетинговой составляющей в сфере профиля подготовки.

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов). Дисциплина реализуется в 1 семестре. Форма промежуточной аттестации экзамен в 1 семестре.

