Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.12.2024 18:15:29
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f90c4043156a3692d53b7a

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Рекламная деятельность»

1. Общая характеристика.

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Донской ГАУ бакалавриата по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, направленность Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.07 Товароведение, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 985.

2. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций**:**

Профессиональные компетенции (ПК):

-Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке(ПК-2)

Индикаторы достижения компетенций

Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции (ПК-2.4)

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Знание:

технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Умение:

регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Навык и (или) опыт деятельности:

владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

3. Содержание программы учебной дисциплины

Раздел 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Раздел 2.Рынок рекламы в России. Раздел 3. Социально-психологические основы рекламы. Раздел 4. Планирование рекламной кампании. Раздел 5. Носители рекламной информации. Раздел 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе. Раздел 7. Организация рекламной деятельности. Раздел 8. Разработка рекламного обращения. Раздел 9.Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности.

4. Форма промежуточной аттестации зачет

5. Разработчик: доцент, к.с-х.н., доцент кафедры экономики и товароведения Лосевская С.А.