

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2024 13:44:36  
Уникальный программный ключ:  
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b177b881d38f9301d8c2340974f9

**АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ**  
**Экономика в рекламной деятельности**  
**для направления подготовки**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**  
**профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»**  
**Уровень бакалавриата**  
**Квалификация выпускника**  
**Бакалавр**

**1.1. Цель и задачи дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Экономика в рекламной деятельности» заключается в освоении обучающимися системных знаний об экономическом аспекте рекламной деятельности с последующим их применением в профессиональной сфере.

Задачи учебной дисциплины

- в ознакомлении студентов с экономическим механизмом и экономическими показателями рекламной деятельности;
- в формировании у студентов умений провести анализ и оценку экономической эффективности рекламной деятельности;
- в формировании у студентов навыков по решению практических задач по разработке рекламного бюджета

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

**1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-9, ПКО-1.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
УК-9	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики
		УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и	ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

	мероприятий	ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
--	-------------	--

#### 1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

##### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		4	5
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>112</b>	<b>64</b>	<b>48</b>
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	48	32	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	64	32	32
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>163</b>	<b>112</b>	<b>51</b>
В том числе:			
Самоподготовка	103	72	31
Рефераты/доклады	30	20	10
Тестирование	30	20	10
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>8/288</b>	<b>5/180</b>	<b>3/108</b>

##### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		4	5
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>108</b>	<b>60</b>	<b>48</b>
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	46	30	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	62	30	32
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>167</b>	<b>80</b>	<b>87</b>
В том числе:			
Самоподготовка	107	50	57
Рефераты/доклады	30	15	15
Тестирование	30	15	15
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>8/288</b>	<b>4/144</b>	<b>4/144</b>

##### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		4	5
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>48</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	20	12	8
Практические занятия (с использованием деловых игр)	28	12	16
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>227</b>	<b>116</b>	<b>111</b>

В том числе:			
Самоподготовка	167	86	81
Рефераты/доклады	30	15	15
Тестирование	30	15	15
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>8/288</b>	<b>4/144</b>	<b>4/144</b>

### 1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Фирма в рыночном хозяйстве
2	Тема 2. Рекламная деятельность в условиях рыночной экономики.
3	Тема 3. Особенности рынка рекламных услуг зарубежных стран
4	Тема 4. Рекламные агентства.
5	Тема 5. Персонал рекламного агентства
6	Тема 6. Прибыль и валовый доход в рекламной деятельности
7	Тема 7. Экономическая эффективность рекламной деятельности
8	Тема 8. Разработка рекламного бюджета