

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Планирование и реализация рекламных кампаний»

Дисциплина «Планирование и реализация рекламных кампаний» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2). Задачи дисциплины:

формирование знаний:

- Принципов и этапов организации рекламных кампаний
- Законодательства Российской Федерации в области рекламных кампаний
- Стандартов и этических принципов, регулирующих рекламные кампании
- Методы медиапланирования рекламных кампаний
- Инструментов маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.)

формирование умений:

- проводить внутренние и внешние рекламные кампании
- продвигать товары (услуги) организации на рынок
- проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные) для реализации рекламных кампаний
- разрабатывать план мероприятий по реализации рекламных кампаний
- разрабатывать систему оценки эффективности рекламных кампаний

формирование навыков:

- разработки рекламных кампаний
- определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации
- разработки рекламных акций по стимулированию продаж
- бюджетирования рекламных кампаний
- оценки эффективности рекламных кампаний.

Изучаемые объекты дисциплины

- Реклама
- Морально-этические требования в рекламе
- Законодательное регулирование рекламной сферы
- Рекламная кампания
- Эффект рекламного сообщения
- Эффективность рекламного воздействия.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	36	36	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)	18	18	
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)			
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)	36	36	
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Тема 7. Полиграфическая реклама.	2	2	0	9
Полиграфическая реклама. Реклама в печатной прессе. Характеристики периодического печатного издания: тираж, рейтинг, объем реализации. Характеристики медийного пространства страны. Медиаиндекс издания. Рекламные носители в печатной прессе. Условия и факторы медиапланирования. Полиграфическая реклама: листовки, буклеты, афиши и т.д. Дистрибутивная реклама.				
Тема 8. Реклама в Интернете.	2	2	0	9
Реклама в Интернете. Статистика пользователей сетью Интернет. Тенденции поведения аудитории пользователей. Виды рекламы в сети Интернет: сайт, блоги, форумы, контекстная рекламы, рубричная реклама и т.д. Преимущества и недостатки рекламы в Интернете.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 6. Реклама на радио.	2	2	0	9
Реклама на радио. Динамика российского рынка рекламы на радио. Особенности радиорекламы. Носители рекламного сообщения на радио. Условия размещения рекламы на радио.				
Тема 1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	2	2	0	9
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые креативные коммуникационные константы. Инструменты стимулирования сбыта и продаж. POS-материалы. Виды и функции упаковки. Партизанский маркетинг.				
Тема 2. Рекламная кампания.	2	2	0	9
Рекламная кампания: основные показатели и принципы разработки. Основные участники рекламной кампании. Виды рекламных кампаний: по цели, по объекту продвижения, по охвату целевой аудитории, по географии распространения, по продолжительности реализации. Этапы рекламной кампании: ситуационный анализ, разработка стратегии, рекламная кампания, реализация проекта, анализ результатов, корректировка. Медиапланирование. Эффект рекламного сообщения. Эффективность рекламной кампании. Кривая Вундта. Типичные ошибки в организации рекламной кампании				
Тема 5. Телевизионная реклама.	2	2	0	9
Телевизионная реклама. Динамика российского рынка телевизионной рекламы. Особенности телевизионной рекламы. Носители рекламного сообщения на ТВ. Условия размещения рекламы на ТВ.				
Модуль 1.	0	0	0	0
Разработка рекламной кампании как проектная деятельность				
Модуль 2.	0	0	0	0
Каналы коммуникации в рекламной кампании				
Тема 3. Рекламный аудит.	2	2	0	9
Рекламный аудит. Внешняя независимая экспертиза рекламной деятельности. Нормативно-правовое регулирование				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
рекламной сферы. Саморегулирование рекламной индустрии.				
Тема 4. Наружная реклама.	2	4	0	9
Наружная реклама. Динамика рынка наружной рекламы в России и в г. Перми. Носители наружной рекламы. Тенденции в наружной рекламе. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Схема размещения объектов наружной рекламы в муниципальном образовании.				
ИТОГО по 3-му семестру	16	18	0	72
ИТОГО по дисциплине	16	18	0	72