**Аннотация рабочей программы учебной дисциплины**

 **РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки: **38.03.03** Управление персоналом

Профиль подготовки: Управление интеллектуальным капиталом

**1. Цели освоения дисциплины:**

- формирование у бакалавров современных системных знаний и развитие компетенций в области теории и практики рекламной деятельности;

- формирование представлений о различных способах рекламного воздействия и возможности их реализации в российских условиях;

- формирование умений управления процессами создания, реализации рекламной продукции.

 **2. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код компетенции**  | **Формулировка**  **компетенций в соответствии с ФГОС ВО**  |
| **ОПК-8** | обладать способностью использовать нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности, анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты. |
| **ПК-1** | обладать знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике. |
| **ПК-34** | обладать знанием основ организационного проектирования системы и технологии управления персоналом (в том числе с использованием функционально-стоимостного метода), владением методами построения функциональных и организационных структур управления организацией и ее персоналом исходя из целей организации, умением осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности на основе их делегирования. |
| **ПК-35** | обладать знанием основ разработки и использования инноваций в сфере управления персоналом, способностью вносить вклад в планирование, создание и реализацию инновационных проектов в области управления персоналом. |

**3. Содержание дисциплины**

**3. Содержание уче**

|  |  |
| --- | --- |
| **№ п/п** | **Разделы учебной дисциплины** |
| 1 | Вводная лекция. Предмет и содержание дисциплины |
| 2 | Общее понятие о рекламной деятельности фирмы |
| 3 | Понятие о целевой аудитории и её рекламном профиле |
| 4 | Взаимодействие субъектов рекламной деятельности на рынке рекламных услуг и продуктов |
| 5 | Рекламно-коммуникационные каналы |
| 6 | Классификация мероприятий по связям с общественностью |
| 7 | Организационные формы управления рекламной деятельностью фирмы |
| 8 | Функции рекламных агентов и мелких дистрибъютеров в условиях сетевого маркетинга |
| 9 | Планирование рекламной деятельностью фирмы |