1. **Название программы:** *«Разработка макета рекламы при использовании основных рекламных моделей»*
2. **Ориентировочная стоимость программы**: 2 700 руб.
3. **Целевая аудитория (уровень подготовки слушателей):** лица, имеющие среднее, среднее профессиональное или высшее образование; обучающиеся по программам среднего профессионального или высшего образования.
4. **Продолжительность обучения:** 8 часов.
5. **Форма обучения:** очно-заочная.
6. **Основные преподаватели, проводящие программу:**

*Божук Светлана Геннадьевна,*д.э.н., профессор Высшей торгово-экономической школы ИПМЭиТ;

*Винокурова Татьяна Владимировна,*старший преподаватель Высшей торгово-экономической школы ИПМЭиТ.

1. **Документ, выдаваемый по итогам обучения:** сертификат установленного образца.
2. **Аннотация курса, основные цели, перечень знаний и навыков по итогам обучения:**

Содержание курса: дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Разработка макета рекламы при использовании основных рекламных моделей» направлена на более углубленное изучение способов и механизмов воздействия на получателя рекламы при помощи различных рекламных моделей и освоение приемов разработки макета рекламных сообщений.

Целью реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы является удовлетворение образовательных потребностей и интересов обучающихся в углубленном изучении способов и механизмов воздействия на получателя рекламы при помощи различных рекламных моделей и освоении приемов разработки макета рекламных сообщений.

Знания и умения, получаемые в результате обучения:

• иметь представление о процессе рекламной коммуникации;

• иметь представление об основных способах воздействия на потребителя посредством рекламного сообщения;

• знать приемы для разработки элементов рекламного сообщения;

• знать основные и вспомогательные элементы рекламного сообщения и их функции;

• уметь производить сбор, анализ и подготовку необходимой информации для процесса разработки рекламного сообщения;

• уметь разрабатывать макет рекламного сообщения, позволяющего изменить поведение потребителя в пользу объекта рекламы.

Учебный план:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Тема | Количество часов |
| 1 | Введение в программу. Механизм создания у получателя рекламы аттитюда. | 2 |
| 2 | Механизм воздействия на получателя рекламы при использовании различных рекламных моделей. | 2 |
| 3 | Элементы сбытового рекламного сообщения и их функции. | 2 |
| 4 | Проектирование макета рекламного сообщения для предприятия. | 2 |
| Итого |  | 8 |

1. **Форма итогового контроля:** зачет.
2. **Контакты:**Китькова Елена Рэмовна, тел.297-44-78. E-mail: cdo.ipmet@spbstu.ru