**ВВЕДЕНИЕ**

Учебная дисциплина «Введение в специальность» является факультативной дисциплиной для студентов, обучающихся на первой ступени подготовки кадров высшей квалификации по специальности 1 26 02 06 «Рекламная деятельность». УМК (ЭУМК) «Введение в специальность» учитывает потребность специалистов в знаниях всех аспектов маркетинга.

Материалы УМК (ЭУМК) «Введение в специальность» выстроены в доступной для восприятия форме и представлены таким образом, чтобы помочь обучающемуся максимально полно освоить программу учебной дисциплины. Большой объем материала и источников, дает импульс обучающимся в области самостоятельного осмысления вопросов, как в теоретическом, так и в практическом аспектах. Знания и приобретенные навыки помогут будущим специалистам в области маркетинга и рекламной деятельности.

*Целью* создания УМК (ЭУМК) является адаптация первокурсника к учебному процессу в учреждении образования, обеспечивающем получение высшего образования на первой и второй ступенях подготовки кадров высшей квалификации.

В УМК (ЭУМК) присутствует краткий конспект лекций, состоящий из отдельных тем, каждая из которых раскрывает важные вопросы в области учебной дисциплины: национальная система высшего образования в Республике Беларусь; экономический университет в системе высшего образования; образовательные стандарты; использование информационных ресурсов университета; научно-исследовательская работа студентов и др.

Особенностью данного УМК (ЭУМК) является максимальное прикладное раскрытие навыков и компетенций будущего специалиста по рекламе в условиях цифровизации экономической системы: проводить анализ состояния, перспективных направлений и проблем развития мирового и отечественного рынка рекламы; осуществлять связи с общественностью; проводить маркетинговые исследования для рекламных целей; разрабатывать рекламную политику и стратегию; планировать и организовывать рекламную деятельность; создавать и моделировать рекламный продукт; управлять производством различных видов рекламной продукции; планировать и проводить рекламные кампании и мероприятия; прогнозировать и выявлять результативность и эффективность рекламной деятельности; использовать для автоматизации расчетов маркетинговые информационные системы и др.

УМК (ЭУМК) состоит из учебной программы, теоретического раздела, практического раздела и блока контроля знаний.