

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 18.09.2023 12:29:37 «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

по выполнению практических работ
по дисциплине «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
для студентов направления подготовки /специальности
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Введение

Программа дисциплины «Рекламная деятельность» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Цель изучения тем пособия в рамках дисциплины - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области рекламной деятельности предприятия.

Основные задачи:

1. изучение методов рекламной деятельности;
2. получение навыков работы на рынке рекламы;
3. овладение методами предоставления рекламного продукта
4. изучение методик применения рекламных средств;
5. овладение методами планирования рекламной деятельности;
6. изучение основ разработки рекламного продукта;
7. изучение форм и методов правового регулирования рекламной деятельности.

2. Методические указания к практическим занятиям тема

Практическое занятие № 1

Тема Предмет, метод и задачи рекламы

Цель: закрепление знаний полученных в ходе лекции.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать понятия и термины относящиеся к теме занятия;
- уметь использовать термины и основные понятия относящиеся к теме;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции: ПК-7

Актуальность темы: заключается в необходимости приобретения теоретических знаний.

В теоретической части рассматриваются авторские подходы к трактовке понятия «реклама»

Вопросы для собеседования:

1. Понятие рекламы, предмет и задачи рекламной деятельности
2. Трактовка понятия «реклама» различными авторами

Рекомендуемая литература:

Источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1-2	1-2	1-7

Практическое занятие № 2-3

Тема История возникновения и развития рекламы

Цель: закрепление знаний полученных в ходе лекции.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать понятия и термины относящиеся к теме занятия;
- уметь использовать термины и основные понятия относящиеся к теме;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции: ПК-7

Актуальность темы: заключается в необходимости приобретения теоретических знаний.

В теоретической части рассматриваются следующие темы:

1. История возникновения рекламы в России
2. История возникновения рекламы за рубежом

Вопросы для собеседования:

1. Появление печатной рекламы.
2. Появление и развитие рекламных агентств.
3. Развитие в Западной Европе и США. Когда появилось первое печатное рекламное объявление и что является основателем печатной рекламы в Европе.
4. Особенности развития рекламы на Руси.
5. Реклама после Октябрьской революции 1917 г.
6. Назвать и охарактеризовать недостатки рекламного рынка СССР.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1-2	1-2	1-7

Практическое занятие № 4-10

Тема Социально-психологические основы рекламы

Цель: закрепление знаний полученных в ходе лекции.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать понятия и термины относящиеся к теме занятия;
- уметь использовать термины и основные понятия относящиеся к теме;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции: ПК-7

Актуальность темы: заключается в необходимости приобретения теоретических знаний.

В теоретической части рассматриваются следующие темы: социально-психологические аспекты рекламы

Вопросы для собеседования:

1. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя.
2. Охарактеризовать рекламные приемы для перевода непроизвольного внимания в произвольное.
3. Потребительские мотивы.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1-2	1-2	1-7

Практическое занятие № 11-14

Тема 4 Основные средства маркетинговых коммуникаций

Цель: закрепление знаний полученных в ходе лекции.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать понятия и термины относящиеся к теме занятия;
- уметь использовать термины и основные понятия относящиеся к теме;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции: ПК-7

Актуальность темы: заключается в необходимости приобретения теоретических знаний.

В теоретической части рассматриваются следующие темы: реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций

Вопросы для собеседования:

1. Охарактеризовать классификацию средств.
2. Назвать основные элементы средств рекламы.
3. Требования, предъявляемые к элементам средств рекламы.
4. Выбор средств распространения рекламы.
5. Имиджевая и престижная реклама фирмы.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1-2	1-2	1-7

Практическое занятие № 15-16

Тема Правовое регулирование рекламной деятельности

Цель: закрепление знаний полученных в ходе лекции.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

1. знать понятия и термины относящиеся к теме занятия;
2. уметь использовать термины и основные понятия относящиеся к теме;
3. владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции: ПК-7

Актуальность темы: заключается в необходимости приобретения теоретических знаний.

В теоретической части рассматриваются следующие темы: Закон РФ «О рекламе» и его основные положения.

Вопросы для собеседования:

1. Закон РФ «О рекламе».
2. Назвать общие требования, предъявляемые к рекламе.
3. Законодательство РФ, регулирующее ответственность за ненадлежащую рекламу.
4. Охарактеризовать основные нормы рекламы

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1-2	1-2	1-7

4. Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — 978-5-9729-0178-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69015.html>
2. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Нордфальт Йенс— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература:

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный// Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/81577.html> (дата обращения: 21.10.2019).
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. —

М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.rbk.ru> (Сайт информационно-аналитической компании «РосБизнесКонсалтинг»).
2. <http://www.edu.ru> (Сайт федерального портала «Российское образование»).
3. <http://www.eur.ru> - научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях»
4. <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал
5. <http://eog.edu.ru> «Сайт федерального центра информационных образовательных ресурсов»
6. <http://www.iprbookshop.ru> (Электронная библиотечная система)
7. <http://biblioclub.ru> (Электронная библиотечная система)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические рекомендации

по организации самостоятельной работы обучающихся

по дисциплине «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

для студентов направления подготовки /специальности

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

ВВЕДЕНИЕ

Программа дисциплины «Рекламная деятельность» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Цель изучения тем пособия в рамках дисциплины - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области рекламной деятельности предприятия.

Основные задачи:

1. изучение методов рекламной деятельности;
2. получение навыков работы на рынке рекламы;
3. овладение методами предоставления рекламного продукта
4. изучение методик применения рекламных средств;
5. овладение методами планирования рекламной деятельности;
6. изучение основ разработки рекламного продукта;
7. изучение форм и методов правового регулирования рекламной деятельности.

2. Общая характеристика самостоятельной работы

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно- исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. В соответствии с рабочей программой дисциплины «Рекламная деятельность» предусмотрены следующие виды самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение литературы;
- самостоятельная подготовка контрольной работы;

Цель самостоятельного изучения литературы – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

1. углубление и расширение теоретических знаний;
2. формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
3. развитие познавательных способностей и активности студентов.

Цель самостоятельной подготовки контрольной работы – самостоятельное изучение вопросов, приобретение опыта исследовательской деятельности, структурирование знаний и краткое их изложение.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

1. углубление и расширение теоретических знаний;
2. формирование умений использовать дополнительные источники информации;
3. развитие умений к краткому изложению предложенной темы;

Формируемые компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-7	Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; консалтинга; стратегического и тактического планирования и организации производства

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ПК-7	Самостоятельное изучение литературы по 1-5 темам	Конспект	Собеседование	18	2	20
	Подготовка сообщения к круглому столу	Сообщение	Собеседование	9	1	10
	Подготовка реферата	Реферат	Защита реферата	9	1	10
	Подготовка к тестированию	Тест	Тестирование	4,5	0,5	5
Итого за 8 семестр				40,5	4,5	45
Итого				40,5	4,5	45

4. Контрольные точки и виды отчетности по ним

№п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
1.	Собеседование по темам 1-2	8 неделя	30
2.	Собеседование по темам 3-5	12 неделя	25
	Итого за 8 семестр		55
	Итого		55

5. Методические указания по изучению теоретического материала

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления с содержанием учебного курса.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в конкретном учебном материале, а какие вообще опущены. Требуется творческое отношение и к самому содержанию дисциплины.

Вопросы, составляющие ее содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера, а также исторического экскурса в область изучаемой дисциплины. Все эти вопросы не составляют сути понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем.

Изучаемая дисциплина имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия — это та база, на которой строится каждая наука. Понятия — узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым.

Студент должен понимать, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа создает для этого необходимые условия, помогает будущему высококвалифицированному специалисту овладеть технологией самостоятельного производства знаний.

В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов: первоисточники, монографии, научные сборники, хрестоматии, учебники, учебные пособия, журналы и др. Изучение курса предполагает знакомство студентов с большим объемом научной и учебной литературы, что, в свою очередь, порождает необходимость выработки у них рационально-критического подхода к изучаемым источникам.

Чтобы не «утонуть» в огромном объеме рекомендованных ему для изучения источников, студент, прежде всего, должен научиться правильно их читать. Правильное чтение рекомендованных источников предполагает следование нескольким несложным, но весьма полезным правилам.

Предварительный просмотр книги включает ознакомление с титульным листом книги, аннотацией, предисловием, оглавлением. При ознакомлении с оглавлением необходимо выделить разделы, главы, параграфы, представляющие для вас интерес, бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме (абзацы, страницы, параграфы), и познакомиться с ними в общих чертах.

Научные издания сопровождаются различными вспомогательными материалами — научным аппаратом, поэтому важно знать, из каких основных элементов он состоит,

каковы его функции.

Знакомство с книгой лучше всего начинать с изучения аннотации — краткой характеристики книги, раскрывающей ее содержание, идейную, тематическую и жанровую направленность, сведения об авторе, назначение и другие особенности. Аннотация помогает составить предварительное мнение о книге.

Глубже понять содержание книги позволяют вступительная статья, в которой дается оценка содержания книги, затрагиваемой в ней проблематики, содержится информация о жизненной и творческой биографии автора, высказываются полемические замечания, разъясняются отдельные положения книги, даются комментарии и т.д. Вот почему знакомство с вступительной статьей представляется очень важным: оно помогает студенту сориентироваться в тексте работы, обратить внимание на ее наиболее ценные и важные разделы.

Той же цели содействует знакомство с оглавлением, предисловием, послесловием. Весьма полезными элементами научного аппарата являются сноски, комментарии, таблицы, графики, списки литературы. Они не только иллюстрируют отдельные положения книги или статьи, но и сами по себе являются дополнительным источником информации для читателя.

Если читателя заинтересовала какая-то высказанная автором мысль, не нашедшая подробного освещения в данном источнике, он может обратиться к тексту источника, упоминаемого в сноске, либо к источнику, который он может найти в списке литературы, рекомендованной автором для самостоятельного изучения.

Существует несколько форм ведения записей:

— план (простой и развернутый) — наиболее краткая форма записи прочитанного, представляющая собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье.

Развернутый план представляет собой более подробную запись прочитанного, с детализацией отдельных положений и выводов, с выпиской цитат, статистических данных и т.д. Развернутый план — неоценимый помощник при выступлении с докладом на конкретную тему на семинаре, конференции;

— тезисы — кратко сформулированные положения, основные положения книги, статьи. Как правило, тезисы составляются после предварительного знакомства с текстом источника, при его повторном прочтении. Они помогают запомнить и систематизировать информацию.

Составление конспектов

Большую роль в усвоении и повторении пройденного материала играет хороший конспект, содержащий основные идеи прочитанного в учебнике и услышанного в лекции. Конспект — это, по существу, набросок, развернутый план связного рассказа по основным вопросам темы.

В какой-то мере конспект рассчитан (в зависимости от индивидуальных особенностей студента) не только на интеллектуальную и эмоциональную, но и на зрительную память, причем текст конспекта нередко ассоциируется еще и с текстом учебника или записью лекции. Поэтому легче запоминается содержание конспектов, написанных разборчиво, с подчеркиванием или выделением разрядкой ключевых слов и фраз.

Самостоятельно изученные темы предоставляются преподавателю в форме конспекта, по которому происходит собеседование. Теоретические темы курса (отдельные вопросы), выносимые на самостоятельное изучение, представлены ниже.

Выполнение реферата

Итоговый продукт самостоятельной работы: текст реферата.

Средства и технологии оценки: собеседование, доклад.

Реферат – первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Реферат является необходимым элементом самостоятельной работы студентов. Прежде чем проводить собственное экспериментальное исследование, необходимо сориентироваться в проблеме и ознакомиться с опубликованными научными данными. Для этого и служит реферат, так как это работа с источниками информации по анализу, сравнению и обобщению данных, полученными другими исследователями по выбранной теме

Важно, что в процессе написания реферата формируется собственный взгляд на проблему.

Реферат акцентирует внимание на новых сведениях и определяет целесообразность обращения к данной теме. Работа должна быть посвящена углубленному анализу одной из изучаемых тем, причем важно обратить внимание на прикладной аспект выбранной тематики, то есть теоретический материал необходимо подкреплять экспериментальными данными, практическими ситуациями, примерами.

Для написания реферата необходимо использовать материал одного - двух учебников, двух - трех монографий, двух - пяти периодических изданий (журналов, газет). В целом для подготовки реферата должно быть использовано не менее пяти литературных источников.

Содержание реферата ни в коем случае не должно воспроизводить или повторять содержание соответствующей лекции или глав учебника, а должно являться их продолжением и развитием. Выбирая тему реферата, исходите из своих личных научных интересов и потребностей, а также из реальных возможностей найти и изучить соответствующую литературу. Поощряются творчество в выборе темы реферата и самостоятельный поиск соответствующей литературы, при этом все же выбранная тема по содержанию не должна выходить за рамки учебного курса. Рефераты по иной тематике не засчитываются.

Реферат предоставляется на практическом занятии в распечатанном виде и прилагается электронная копия в удобном варианте (информация присылается на почту преподавателю, либо на DVD диске).

Критерии оценивания: Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает

значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Основанием для снижением оценки являются:

1. слабое знание темы и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе;
2. отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических
3. задач;
4. несвоевременность предоставления выполненных работ. Текущая аттестация проводится в форме собеседования.

Примерная тематика рефератов Базовый уровень

1. Роль рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы.
3. Реклама как средство продвижения туристского продукта.
4. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.
5. Особенности рекламы в индустрии туризма.
6. Планирование рекламной деятельности туристского предприятия.
7. Социально-психологические основы рекламы.
8. Выбор средств распространения рекламы.
9. Средства распространения рекламы в туризме и их особенности.
10. Рекламный бюджет.
11. Рекламное обращение - центральный элемент рекламы.
12. Стил ь рекламного обращения.
13. Выбор средств распространения рекламы.
14. Виды рекламы
15. Реклама в прессе и ее особенности.
16. Печатная реклама и ее особенности.
17. Аудиовизуальная реклама и ее особенности.
18. Телевизионная реклама и ее особенности.
19. Прямая почтовая реклама и ее особенности.
20. Наружная реклама.

Повышенный уровень

1. Реклама в Интернете.
2. Реклама на выставках и ярмарках.
3. Процесс участия туристской фирмы в работе выставки.
4. Оформление выставочного стенда.
5. Особенности организации рекламных кампаний в туризме.
6. Оценка эффективности рекламной деятельности.
7. Экономическая и коммуникативная эффективность рекламной деятельности.
8. Товарные знаки и их роль индустрии туризма.
9. Имидж туристского предприятия как средство рекламы
10. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме.
11. Оформление офиса. Организация приема посетителей.
12. Франчайзинг в туризме.
13. Регулирование рекламной деятельности.
14. Общая характеристика правового регулирования рекламы.

15. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в России.
16. Федеральный закон «О рекламе».
17. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
18. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности.
19. Экономическая эффективность рекламной деятельности
20. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности.

Самостоятельное изучение материала Тема самостоятельного изучения

№ 1

«Теоретические аспекты рекламы»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Понятийный аппарат дисциплины
2. Реклама и ее роль в современной экономике

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 2

«Рекламные средства и их применение»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Охарактеризовать виды печатной рекламы.
2. Назвать виды аудиовизуальной рекламы.
3. Охарактеризовать виды радио- и телерекламы.
4. Классифицировать выставочные и ярмарочные мероприятия.
5. Охарактеризовать классификацию рекламных сувениров.
6. Какие особенности прямой почтовой рекламы?
7. Охарактеризовать особенности наружной рекламы.
8. Классифицировать мероприятия паблик рилейшнз.
9. Охарактеризовать виды компьютеризированной рекламы.

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 3

«Организация, управление и планирование рекламной деятельности»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Виды планирования
2. Эффективность планирования рекламной деятельности
3. Организация рекламной деятельности
4. Управление рекламной деятельностью

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 4

«Основы разработки рекламных объявлений и текстов»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, **Итоговый**

продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Рекламный текст и основные требования
2. Виды текстов
3. Составление текста
4. Ошибки при составлении текстов

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 5

«Эффективность рекламной деятельности»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Критерии эффективности рекламы
2. Расчет эффективности рекламы

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

6. Методические указания по подготовке к зачету

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре.

ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Базовый уровень

Тема 1 Предмет, метод и задачи рекламы

1. Понятие рекламы, предмет и задачи рекламной деятельности
2. Роль рекламы в экономике
3. Реклама - двигатель торговли

Тема 2 История возникновения и развития рекламы

1. История возникновения рекламы в России
2. История возникновения рекламы за рубежом
3. Появление печатной рекламы.
4. Появление и развитие рекламных агентств.
5. Развитие рекламной деятельности в Западной Европе и США.
6. Особенности развития рекламы на Руси.

Тема 3 Социально-психологические основы рекламы

1. Социально-психологические аспекты рекламы
2. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя.

Тема 4 Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций

1. Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций
2. Классификацию рекламных средств.
3. Элементы средств рекламы.
4. Требования, предъявляемые к элементам средств рекламы.

Тема 5 Правовое регулирование рекламной деятельности

1. Закон РФ «О рекламе» и его основные положения.
2. Общие требования, предъявляемые к рекламе, согласно российскому законодательству.

Повышенный уровень

Тема 1 Предмет, метод и задачи рекламы

1. Трактовка понятия «реклама» различными авторами

2. Исследование точек зрения российских и зарубежных авторов на понятие «реклама», их анализ и характеристика.

Тема 2 История возникновения и развития рекламы

1. Реклама после Октябрьской революции 1917 г.
2. Преимущества и недостатки рекламного рынка в СССР.
3. Современные тенденции развития рекламной индустрии.

Тема 3 Социально-психологические основы рекламы

1. Основные рекламные приемы для перевода непроизвольного внимания в произвольное.
2. Потребительские мотивы.

Тема 4 Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций

1. Выбор средств распространения рекламы.
2. Имиджевая и престижная реклама фирмы

Тема 5 Правовое регулирование рекламной деятельности

1. Законодательство РФ, регулирующее ответственность за ненадлежащую рекламу.
2. Характеристика основных норм рекламы

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — 978-5-9729-0178-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69015.html>
2. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Нордфальт Йенс— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература:

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный// Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/81577.html> (дата обращения: 21.10.2019).
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>

Интернет-ресурсы:

- 1 <http://www.rbk.ru> (Сайт информационно-аналитической компании «РосБизнесКонсалтинг»).
- 2 <http://www.edu.ru> (Сайт федерального портала «Российское образование»).
- 3 <http://www.eur.ru> - научно-образовательный портал «Экономика и управление на

предприятиях»

- 4 <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал
- 5 <http://eog.edu.ru> «Сайт федерального центра информационных образовательных ресурсов»
- 6 <http://www.iprbookshop.ru> (Электронная библиотечная система)
- 7 <http://biblioclub.ru> (Электронная библиотечная система)