

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 18.09.2023 11:36:29

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

Т.А. Шебзухова

«__» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекламная деятельность

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Направление подготовки/специальность 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала обучения 2021

Изучается в **8** семестре

г. Пятигорск 20__ г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Рекламная деятельность» являются: формирование у студентов комплексного представления о теоретических знаниях и получение практических навыков решения задач в области рекламной деятельности предприятия

Задачами освоения дисциплины «Рекламная деятельность» являются:

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. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений Модуль по выбору 4 (ДВ.4). Дисциплина изучается в 8 семестре.

3. Связь с предшествующими дисциплинами

Информационной базой при изучении дисциплины «Рекламная деятельность» служат знания, полученные при изучении дисциплин «Маркетинг», «Исследование систем управления», «Методы исследования рынка».

4. Связь с последующими дисциплинами

Дисциплина «Рекламная деятельность» закладывает базовые знания, служащие прочной информационной базой при изучении таких последующих дисциплин как «Технологическая (проектно-технологическая) практика», «Преддипломная практика».

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

5.1 Наименование компетенций

Код	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

5.2 Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: основы управления поведением персонала, теории поведения личности в организации; основы формирования слаженного, нацеленного на результат трудового коллектива	ПК-7
Уметь: диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению; организовывать командное взаимодействие для решения задач по управлению персоналом; участвовать в разработке и реализации	ПК-7

программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; формулировать проектную идею, выявлять пути оптимизации организационной структуры управления проектами	
Владеть: современными технологиями управления коммуникативным поведением персонала, навыками формирования организационных установок, умением применять инструменты прикладной социологии в формировании и воспитании трудового коллектива в организации; методикой реализации программы организационного развития и изменений; способностью участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий	ПК-7

6. Объем учебной дисциплины/модуля

	Астр.	
	часов	
Объем занятий: Итого	81 ч.	3 з.е.
В т.ч. аудиторных	36 ч.	
Из них:		
Лекций	12 ч.	
Лабораторных работ	-	
Практических занятий	24 ч.	
Самостоятельной работы	45 ч.	
Контрольная работа 8 семестр		
Зачет в 8 семестре		

7. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества астрономических и академических часов и видов занятий часов и видов занятий

7.1 Тематический план дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов (астр.)				Самостоятельная работа
			Лекции	Практические	Лабораторные	Групповые	
8 семестр							
1.	Тема 1 Предмет, метод и задачи рекламы	ПК-7	1,5	1,5	-	-	45
				1,5			
				1,5			
2.	Тема 2 История возникновения и развития рекламы	ПК-7	1,5	1,5	-	-	
				1,5			
				1,5			
3.	Тема 3 Социально-психологические основы рекламы	ПК-7	1,5	1,5	-	-	
				1,5			
				1,5			

4.	Тема 4 Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций	ПК-7	1,5	1,5	-	-	
			1,5	1,5			
				1,5			
5.	Тема 5 Правовое регулирование рекламной деятельности	ПК-7	1,5	1,5	-	-	
			1,5	1,5			
			1,5	1,5			
				1,5			
	Итого за 8 семестр:		12	24	-	-	45
	Итого:		12	24	-	-	45

7.2 Наименование и содержание лекций

№	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов (астр.)	Интерактивная форма проведения
8 семестр			
1	Тема 1 Предмет, метод и задачи рекламы 1. Понятие рекламы, предмет и задачи рекламной деятельности 2. Трактовка понятия «реклама» различными авторами	1,5	
2	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. 7. Реклама после Октябрьской революции 1917 г. 8. Преимущества и недостатки рекламного рынка в СССР. 9. Современные тенденции развития рекламной индустрии.	1,5	
3	Тема 3 Социально-психологические основы рекламы 1. Социально-психологические аспекты рекламы 2. Механизм психологического воздействия рекламы на потребителя. 3. Основные рекламные приемы для перевода непроизвольного внимания в произвольное. 4. Потребительские мотивы.	1,5	Лекция-беседа
4	Тема 4 Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций 1. Реклама, как инструмент маркетинговых	1,5	Лекция-беседа

	коммуникаций 2. Классификацию рекламных средств. 3. Элементы средств рекламы. 4. Требования, предъявляемые к элементам средств рекламы. 5. Выбор средств распространения рекламы. 6. Имиджевая и престижная реклама фирмы	1,5	
5	Тема 5 Правовое регулирование рекламной деятельности 1. Закон РФ «О рекламе» и его основные положения. 2. Общие требования, предъявляемые к рекламе, согласно российскому законодательству. 3. Законодательство РФ, регулирующее ответственность за ненадлежащую рекламу. 4. Характеристика основных норм рекламы	1,5	
		1,5	
		1,5	
	Итого за 8 семестр	12	3
	Итого	12	3

7.3 Наименование лабораторных работ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

7.4 Наименование практических занятий

№ темы дисциплины	Наименование тем практических занятия	Объем часов (астр.)	Интерактивная форма проведения
	8 семестр		
1	Практическое занятие №1. (Предмет, метод и задачи рекламы)	1,5	
1	Практическое занятие №2. (Предмет, метод и задачи рекламы)	1,5	
1	Практическое занятие №3. (Предмет, метод и задачи рекламы)	1,5	
2	Практическое занятие №4. (История возникновения и развития рекламы)	1,5	Круглый стол
2	Практическое занятие №5. (История возникновения и развития рекламы)	1,5	
2	Практическое занятие №6. (История возникновения и развития рекламы)	1,5	
3	Практическое занятие №7 (Социально-психологические основы рекламы)	1,5	
3	Практическое занятие №8 (Социально-психологические основы рекламы)	1,5	
3	Практическое занятие №9 (Социально-психологические основы рекламы)	1,5	
4	Практическое занятие № 10 (Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций)	1,5	
4	Практическое занятие № 11 (Реклама, как	1,5	Круглый стол

	основное средство маркетинговых коммуникаций)		
4	Практическое занятие № 12 (Реклама, как основное средство маркетинговых коммуникаций)	1,5	Круглый стол
5	Практическое занятие № 13 (Правовое регулирование рекламной деятельности)	1,5	Круглый стол
5	Практическое занятие № 13 (Правовое регулирование рекламной деятельности)	1,5	
5	Практическое занятие № 13 (Правовое регулирование рекламной деятельности)	1,5	
5	Практическое занятие № 13 (Правовое регулирование рекламной деятельности)	1,5	
	Итого за 8 семестр	24	6
	Итого	24	6

7.5 Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

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 с 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

8. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

8.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО. Паспорт фонда оценочных средств

Код оцениваемой компетенции	Этап формирования компетенции (№ темы)	Средства и технологии оценки	Вид контроля, аттестация	Тип контроля	Наименование оценочного средства
ПК-7	1-5	Собеседование	Текущий	Устный	Вопросы для

					собеседования
	2,4,5	Круглый стол	Текущий	Устный	Перечень дискуссионных тем для круглого стола
	1-5	Реферат	Текущий	Письменный	Тематика рефератов
	1-5	Тестирование	текущий	письменный	Паспорт фонда тестовых заданий

8.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Дескрипторы			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
ПК-7					
Базовый	Знать: основы управления поведением персонала, теории поведения личности в организации	Демонстрирует уровень знаний, недостаточный для понимания основ управления поведением персонала, теории поведения личности в организации	Демонстрирует средний уровень понимания основ управления поведением персонала, теории поведения личности в организации	Обладает базовыми знаниями основ управления поведением персонала, теории поведения личности в организации;	
	Уметь: диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению	Демонстрирует уровень, недостаточный для умения диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешения	Демонстрирует средний уровень умения диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению	Обладает умением диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению	
	Владеть: современными технологиями управления коммуникативным поведением персонала, навыками формирования организационных установок, умением применять инструменты прикладной социологии в формировании воспитания трудового коллектива в организации; методикой реализации программы организационного развития и изменений	Демонстрирует недостаточный уровень владения современными технологиями управления коммуникативным поведением персонала, навыками формирования организационных установок, умением применять инструменты прикладной социологии в формировании воспитания трудового коллектива в организации; методикой реализации программы организационного развития и изменений	Демонстрирует средний уровень владения современными технологиями управления коммуникативным поведением персонала, навыками формирования организационных установок, умением применять инструменты прикладной социологии в формировании воспитания трудового коллектива в организации; методикой реализации программы организационного развития и изменений	Владеет современными технологиями управления коммуникативным поведением персонала, навыками формирования организационных установок, умением применять инструменты прикладной социологии в формировании воспитания трудового коллектива в организации; методикой реализации программы организационного развития и изменений;	
Повышенный	Знать: основы формирования сложного, нацеленного на				Знает основы формирования сложного, нацеленного на

	результат трудового коллектива				результат трудового коллектива
	Уметь: организовывать командное взаимодействие для решения задач по управлению персоналом; участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; формулировать проектную идею, выявлять пути оптимизации организационной структуры управления проектами				Умеет организовывать командное взаимодействие для решения задач по управлению персоналом; участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; формулировать проектную идею, выявлять пути оптимизации организационной структуры управления проектами
	Владеть: способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию				Владеет способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

Рейтинговая оценка знаний студента

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
	8 семестр		
1.	Контрольная точка № 1	8 нед.	30
2.	Контрольная точка № 2	12 нед.	25
	Итого за 8 семестр		55
	Итого		55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным 55. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставаемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Промежуточная аттестация

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

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, при сдаче всех контрольных точек, предусмотренных текущим контролем успеваемости. Если по итогам семестра обучающийся имеет от 33 до 60 баллов, ему ставится отметка «зачтено». Обучающемуся, имеющему по итогам семестра менее 33 баллов, ставится отметка «не зачтено».

Количество баллов за зачет ($S_{зач}$) при различных рейтинговых баллах по дисциплине по результатам работы в семестре

Рейтинговый балл по дисциплине по результатам работы в семестре ($R_{сем}$)	Количество баллов за зачет ($S_{зач}$)
$50 \leq R_{сем} \leq 60$	40
$39 \leq R_{сем} < 50$	35
$33 \leq R_{сем} < 39$	27
$R_{сем} < 33$	0

8.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится.

8.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения зачета осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в СКФУ.

Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине, в следующей форме: собеседование, дискуссионных тем для круглого стола, конспект источников.

Критерии оценивания результатов самостоятельной работы приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине.

При защите реферата оцениваются:

- полнота раскрытия темы реферата;
- надлежащее оформление реферата;
- умение студента ориентироваться в основных выводах реферата и умение их обосновать.

При подготовке реферата студенту предоставляется право пользования учебными пособиями, методическими указаниями и конспектами лекций. При выполнении реферата оцениваются последовательность и рациональность изложения материала.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем практических занятий, темы и виды самостоятельной работы. По каждому виду самостоятельной работы предусмотрены определённые формы отчетности.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить следующие виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации:

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
		Основная	Дополни	Методи	Интернет

			тельная	ческая	ресурсы
1	Самостоятельное изучение литературы	1-2	1-2	1-2	1-2
2	Подготовка реферата	1-2	1-2	1-2	1-2
3	Подготовка сообщения к круглому столу	1-2	1-2	1-2	1-2

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

10.1.1. Перечень основной литературы:

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»

10.1.2. Перечень дополнительной литературы:

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). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
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>

10.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Рекламная деятельность» для бакалавров направления 38.03.02 Менеджмент.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для бакалавров направления 38.03.02 Менеджмент.

10.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.economy.gov.ru> – сайт Министерства экономического развития Российской Федерации
2. <http://www.stavinvest.ru/> - сайт Министерства экономического развития Ставропольского края

Профессиональные базы данных:

1. <http://biblioclub.ru> - «Университетская библиотека онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»
3. <https://www.elibrary.ru> - научная электронная библиотека e-Library
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ
5. www.scopus.com - международная реферативная база данных;
6. www.gks.ru -официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные справочные системы:

<http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс)

<http://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система

Перечень программного обеспечения:

1. Microsoft Windows Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN 1 License No Level
2. Microsoft Office Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN 1 License No Level

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

13. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а так же в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей)

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.