

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Бардиневич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.07.2023 12:58:51
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1a0146209ac9a813e502697784

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ**



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.03.07 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки

38.03.06-"Торговое дело"

Профиль подготовки

"Маркетинг"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная/очно-заочная

Год набора -2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.03.07 «Рекламная деятельность» входит в блок 1 и относится к модулю «Управление товарно-сбытовой деятельностью и качеством товаров». Освоение данной дисциплины является необходимой основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по профилю «Маркетинг» направления 38.03.06 «Торговое дело» и является дисциплиной, формируемой участниками образовательных. Учебная дисциплина «Управление качеством» изучается в 7 семестре.

1.2. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения учебной дисциплины «Рекламная деятельность» являются изучение основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний и контроля их эффективности, формирование системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы её развития.

Задачи дисциплины:

- изучение методов рекламной деятельности;
- получение навыков работы на рынке рекламы;
- овладение методами предоставления рекламного продукта потребителю;
- изучение методик применения рекламных средств;
- овладение методами планирования рекламной деятельности;
- изучение основ разработки рекламного продукта;
- изучение форм и методов правового регулирования рекламной деятельности.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции: УК-1; ПК-9.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций, которые формирует дисциплина (модуль)	Планируемые результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	УК 1.1 Знать: - базовые естественнонаучные категории и концепции; УК 1.2 - понятийным аппаратом, навыками научного анализа и методологией научного подхода в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения умений и знаний; УК 1.3 - специфику научного знания, его отличия от религиозного, художественного и обыденного знания; главные этапы развития науки; основные проблемы современной науки и приемы самообразования; УК 1.4 - основные способы математической обработки информации. УК 1.5 Уметь: - применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности; УК 1.6 - приобретать систематические знания в выбранной области науки, анализировать возникающие в процессе научного исследования мировоззренческие проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий; УК 1.7 - применять математические знания в учебной и профессиональной деятельности. УК 1.8 Владеть: - естественнонаучным языком; УК 1.9 - различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.	Знать: Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления и готовность к нему. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. Уметь: Анализирует источник информации с точки зрения временных и пространственных условий его возникновения. Владеть: Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение
ПК-9 способностью осуществлять профессиональные	ПК 9.1 Знать цели, принципы, функции, объекты рекламы, основные инструменты рекламной деятельности, рекламную среду и её анализ, методы сбора информации, подходы к	Знать: содержание профессиональных функций в области

функции в области рекламной деятельности.	организации деятельности рекламных служб; ПК 9.2 Уметь выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять инструменты рекламы, анализировать рекламную среду организации и принимать маркетинговые решения; ПК 9.3 Владеть умениями и навыками организации рекламной деятельности и оценки ее эффективности.	рекламы и связей с общественностью; Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в профильных организациях и отделах; Владеть: навыками установления деловых коммуникаций для осуществления профессиональных обязанностей.
-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144/4 з.е. (академ. часов)

Таблица 2

Вид учебной работы	Количество академ. часов	
	Очно	Очно-заочно
4.1. Объем контактной работы обучающихся с преподавателем	48+96	32+112
4.1.1. аудиторная работа	48	32
в том числе:		
лекции	16	16
практические занятия, семинары, в том числе практическая подготовка	32	16
лабораторные занятия		
4.1.2. внеаудиторная работа	96	112
в том числе:		
индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
курсовое проектирование/работа		
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем		
4.2. Объем самостоятельной работы обучающихся	96	112
в том числе часов, выделенных на подготовку к зачету		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Тематическое планирование дисциплины

Таблица 3

№	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость в акад. часах		Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)							
				Лекции		Практич. занятия		Лаб. занятия		Сам. работа	
		Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно
1.	Раздел 1. «Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
2.	Раздел 2 «Рынок рекламы в России»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
3.	Раздел 3 «Социально-психологические основы рекламы»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
4.	Раздел 4 «Планирование рекламной	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14

	кампании»										
5.	Раздел 5 «Носители рекламной информации»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
6.	Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
7.	Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
8.	Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	18	18	2	2	4	2	X	X	12	14
	Курсовое проектирование/работа	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Подготовка к экзамену (зачету)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Итого	144	144	16	16	32	16	X	X	96	112

2.2. Содержание разделов дисциплины

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины (дидактические единицы) (для педагогических профилей наполняется с учетом ФГОС основного общего и среднего общего образования)
1)	Раздел 1. «Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций»	Реклама в системе маркетинга. Реклама и теория коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Основные характеристики рекламы. Функции, задачи и классификация рекламы. История рекламы
2)	Раздел 2 «Рынок рекламы в России»	Возникновение и особенности рекламного рынка России. Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Кодекс рекламной практики
3)	Раздел 3 «Социально-психологические основы рекламы»	Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя. Потребительские мотивы. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека.
4)	Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	План рекламной кампании как элемент маркетинга. Выбор рекламной стратегии. Организация и планирование рекламной кампании. Основные этапы проведения рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламной кампании. Медиа–планирование – основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.
5)	Раздел 5 «Носители рекламной информации»	Классификация видов и средств торговой рекламы. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки (реклама в прессе, печатная (полиграфическая) реклама, экранная реклама, реклама на радио, прямая почтовая реклама, наружная реклама и др.
6)	Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	Понятие фирменного стиля предприятия. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе. Рекламный слоган. Брендинг, как технология фирменности продукции.
7)	Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности. Выбор рекламного агентства. Основные функции рекламоделателя и рекламного агентства.

8)	Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Основные принципы составления рекламных текстов
----	--------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5

№	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Раздел 1. «Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
2.	Раздел 2 «Рынок рекламы в России»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
3.	Раздел 3 «Социально-психологические основы рекламы»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
4.	Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
5.	Раздел 5 «Носители рекламной информации»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
6.	Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
7.	Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
8.	Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы дисциплины (модуля)

3.2.1. Основная и дополнительная литература

Таблица 6

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, указанной литературы	Количество обучающихся	Количество экземпляров в библиотеке университета	Режим доступа ЭБС/электронный носитель (CD,DVD)	Обеспеченность обучающихся литературой, (5гр./4гр.х100%)
1	2	3	4	5	6	7
		Аудит./самост.				

Основная литература						
1	<i>Жильцова, О. Н.</i> Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с.	48/96	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/511937	100%
2	<i>Карпова, С. В.</i> Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с.	48/96	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531939	100%
3	<i>Коноваленко, М. Ю.</i> Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 393 с.	48/96	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/510921	100%
Дополнительная литература						
1	<i>Федотова, Л. Н.</i> Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с.	48/96	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531437	100%
2	<i>Кольшклина, Т. Б.</i> Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с.	48/96	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/519840	100%
3	<i>Гуревич, П. С.</i> Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с.	48/96	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/517302	100%

3.2.2. Интернет-ресурсы

1. Цифровой образовательный ресурс «IPR SMART». <https://www.iprbookshop.ru>
2. Образовательная платформа «Юрайт». <https://urait.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань». <https://e.lanbook.com/>
4. МЭБ (межвузовская электронная библиотека) НГПУ. <https://icdlib.nspu.ru/>
5. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU. <https://www.elibrary.ru/>
6. СПС «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/>

Открытый ресурс

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru/catalog/>
8. Научная электронная библиотека «Киберленинка». <https://cyberleninka.ru/>

3.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

Таблица 7

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитория для проведения лекционных занятий		
Лекционная аудитория – ауд.	Преподавательский стол- 1 шт., преподавательский стул- 2 шт., ученические столы- 20 шт., стулья- 40 шт.	Уч. корпус № 3 г. Грозный, ул. С. Кишиевой, 33.
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный	Преподавательский стол- 2 шт., преподавательский стул-4 шт,	Уч. корпус № 3

класс – ауд.	компьютерные ученические столы- 19 шт., 19 ПК, Тип компьютера: ACPI компьютер на базе x86 ЦП: DualCore AMD Athlon II X2 245e, 2900 MHz (14.5 x 200) Материнская плата: Biostar N68S3B (1 PCI, 1 PCI-E x16, 2 DDR3 DIMM, Audio, Video, LAN) Монитор: LG L1918S [19" LCD] (1709130911) Видеоадаптер: NVIDIA GeForce 7025 / NVIDIA nForce 630a (Microsoft Corporation - WDDM) (32 МБ). Системная память: 2016 МБ (DDR3-1333 DDR3 SDRAM) Оперативная память: 2 ГБ Звуковой адаптер: VIA VT1708B 8-ch @ nVIDIA nForce 7025-630a (MCP68SE) - High Definition Audio Controller, интерактивная ученическая доска – 1 ед.	г. Грозный, ул. С. Кишиевой, 33.
Аудитория для практических занятий – ауд.	Преподавательский стол- 1 шт., преподавательский стул- 2 шт, ученические столы- 20 шт., стулья- 40 шт.	Уч. корпус № 3 г. Грозный, ул. С. Кишиевой, 33.
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки ЧГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест.	Электронный читальный зал. этаж 2 Библиотечно-компьютерный центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины / модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований и т.д.

Таблица 8

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Раздел 1. «Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
2.	Раздел 2 «Рынок рекламы в России»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
3.	Раздел 3 «Социально-психологические основы рекламы»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
4.	Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
5.	Раздел 5 «Носители рекламной информации»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
6.	Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
7.	Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение	Контрольная работа

			ие практических заданий	
8.	Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	УК-1; ПК-9	Устный опрос/тесты/выполнение практических заданий	Контрольная работа
	<i>Курсовая работа (проект)</i>	X	X	X
	<i>Учебная практика</i>	X	X	X
	<i>Производственная практика</i>	X	X	X

4.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.2.1. Наименование оценочного средства: *тест*

1. Первым из дошедших до нас рекламных сообщений считается:

- а) египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба;
- б) сообщение о продаже молитвенника в Англии;
- в) надписи на стенах в древних городах.

2. 1450 год знаменит появлением:

- а) первого рекламного сообщения;
- б) печатного станка;
- в) первого специализированного рекламного агентства.

3. Основные задачи рекламы - это:

- а) стимулировать сбыт;
- б) формировать спрос;
- в) просвещать население.

4. Рекламодатель - это:

- а) юридическое или физическое лицо, являющееся заказчиком рекламы;
- б) независимое предприятие, готовящее и размещающее рекламу;
- в) канал информации, по которому реклама доходит до потребителя.

5. Слово «реклама» можно перевести как:

- а) с греческого «говорить»;
- б) с французского «рассказывать»;
- в) с латинского «громко кричать».

6. Первое печатное объявление было издано:

- а) в Англии;
- б) Франции;
- в) США.

7. Кто является потребителем рекламы:

- а) юридические лица;
- б) физические лица;
- в) юридические и физические лица.

8. Печатный станок был изобретен:

- а) И. Гутенбергом;
- б) Т. Реностно;
- в) Б. Франклином.

9. Кто из советских писателей внес наибольший вклад в развитие рекламы:

- а) С. Есенин;
- б) А. Блок;
- в) В. Маяковский?

10. По характеру воздействия на потребителей реклама может быть:

- а) индивидуальной;
- б) массовой;
- в) коллективной.

11. Первая реклама в России связана с появлением:
 - а) зазывал и коробейников;
 - б) лубочных картинок;
 - в) первых печатных объявлений в газетах.
12. Основателем рекламы в США считают:
 - а) Б. Франклина;
 - б) Дж. Вашингтона;
 - в) Т. Рузвельта.
13. Современный рекламный процесс состоит:
 - а) из трех звеньев;
 - б) четырех звеньев;
 - в) пяти звеньев.
14. Чем знаменателен 1472 год в истории рекламы:
 - а) созданием первого в мире рекламного бюро;
 - б) появлением первого рекламного объявления;
 - в) появлением печатного станка.
15. В России первое печатное рекламное объявление вышло во время правления:
 - а) Петра I;
 - б) Алексея Михайловича;
 - в) Николая I.

Критерии оценивания результатов тестирования

Таблица 9

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	Выполнены правильно все задания теста (тест зачтен)	2
Средний уровень	Выполнено правильно больше половины заданий (тест зачтен)	1
Минимальный уровень	Выполнено правильно меньше половины заданий (тест не зачтен)	0

4.2.2. Наименование оценочного средства: доклад/сообщение

Примерная тематика докладов:

1. Роль рекламы в жизни общества (современное состояние).
2. История развития и эволюция рекламы.
3. Понятие и сущность рекламы. Виды рекламы.
4. Нормативно – правовая база рекламного бизнеса в России.
5. Организация рекламной деятельности на фирме.
6. Исследования рынка рекламы (на примере конкретного рынка).
7. Имиджевая реклама и ее составляющие.
8. Создание брэндов.
9. Основные принципы построения рекламного обращения.
10. Психологические механизмы воздействия рекламы.
11. Использование в рекламе мотивов.
12. Стереотипы, влияющие на характеристики рекламы.
13. Значение цвета в рекламе.
14. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов.
15. Роль и место рекламы в прессе. Ее виды.
16. Методы НЛП в рекламе.
17. Основные характеристики печатных средств массовой информации.
18. Содержание и оформление рекламного объявления.
19. Значение и особенности радио – рекламы.

20. Телевизионная реклама: особенности, виды, приемы создания.
21. Прямая почтовая реклама и ее преимущества.
22. Реклама на выставках. Цели и задачи участия в выставках.
23. Планирование и организация рекламной кампании.
24. Реклама на месте продаж как важный инструмент стимулирования продаж.
25. Планирование рекламного бюджета: факторы, методы.
26. Способы и приемы оценки эффективности рекламы.
27. Наружная реклама. Требования к размещению наружной рекламы.
28. Рекламные агентства и их структура.
29. Социальная и политическая реклама.
30. Понятие «паблик рилейшинз» и его составляющие.

Критерии и шкалы оценивания доклада/сообщения (в форме презентации):

Таблица 10

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрировано умение выступать перед аудиторией; – содержание выступления даёт полную информацию о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи; – умение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу; – высокая степень информативности, компактность слайдов 	3
Средний уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована общая ориентация в материале; – достаточно полная информация о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи, но нет самостоятельных выводов; – невысокая степень информативности слайдов; – ошибки в структуре доклада; – недостаточное использование научной литературы 	2
Минимальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована слабая (с фактическими ошибками) ориентация в материале; – ошибки в структуре доклада; – научная литература не привлечена 	1
Минимальный уровень не достигнут	<ul style="list-style-type: none"> – выступление не содержит достаточной информации по теме; – продемонстрировано неумение выделять ключевые идеи; – неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу. 	0

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1.

Автор (ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

к к.э.н., доцент



М.И. Гайрбекова

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки



Т.А. Арсагериева

**Оценочные средства
для проведения итоговой аттестации по дисциплине
Рекламная деятельность
Направление подготовки
38.03.06 – Торговое дело**

**Профили подготовки «Маркетинг»
Форма обучения: очная/очно-заочная
Год приема: 2023**

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр - 7

Форма аттестации – зачет

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

2.1. Вопросы для итоговой аттестации по дисциплине: Рекламная деятельность

1. Реклама в системе маркетинга.
2. Реклама и теория коммуникаций.
3. Основные средства маркетинговых коммуникаций.
4. Прямой маркетинг.
5. Паблик рилейшинз.
6. Стимулирование сбыта.
7. Основные характеристики рекламы. Функции, задачи и классификация рекламы.
8. История рекламы.
9. Возникновение и особенности рекламного рынка России.
10. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
11. Кодекс рекламной практики.
12. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека.
13. Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя.
14. Потребительские мотивы.
15. План рекламной кампании как элемент маркетинга.
16. Выбор рекламной стратегии.
17. Организация и планирование рекламной кампании.
18. Основные этапы проведения рекламной кампании.
19. Методы определения эффективности рекламной кампании.
20. Медиа-планирование – основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.
21. Классификация видов и средств рекламной кампании.
22. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки.
23. Понятие фирменного стиля предприятия.
24. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе.
25. Рекламный слоган.
26. Брендинг, как технология фирменности продукции.
27. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности.
28. Выбор рекламного агентства.
29. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства.
30. Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения.
31. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях.
32. Основные принципы составления рекламных текстов.

33. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж.
 34. Элементы оформления магазина. 35. Витрины как средства рекламы, их виды классификация и требования к ним.

1.1. Структура экзаменационного билета (примерная): билеты на зачете не предусмотрены.

1. Критерии и шкала оценивания устного ответа обучающегося на экзамене (зачете)

Максимальное количество баллов на экзамене (зачете) – 30, из них:

1. Ответ на первый вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.
2. Ответ на второй вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов

№ n/n	Характеристика ответа	Баллы
1.	Ответ на поставленный вопрос правильный, полный (исчерпывающий) с пояснениями и примерами.	13-15
2.	Ответ на поставленный вопрос правильный и полный, в формулировках имеют место неточности, не приведены пояснения и (или) примеры.	10-12
3	Ответ на поставленный вопрос не полный, в формулировках имеют место ошибки.	7-9
4.	Ответ на поставленный вопрос не полный, в формулировках имеют место существенные ошибки и неоднозначность.	6 и менее

Расчет итоговой рейтинговой оценки

До 50 баллов включительно	«неудовлетворительно»
От 51 до 70 баллов	«удовлетворительно»
От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

1. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни сформированности компетенций			
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
	86-100	71-85	51-70	Менее 51
	«зачтено»			«не зачтено»
Код и наименование формируемой компетенции				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	Знает и понимает термины и определения, может сформулировать их самостоятельно; знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их интерпретировать и использовать; обладает твердым и полным знанием материала, владеет дополнительными знаниями; дает полный, развернутый ответ	Знает термины, определения, основные закономерности, соотношения и принципы построения знаний, способен их интерпретировать и использовать; знает материал в запланированном объеме; ответ достаточно полный, но не отражены некоторые аспекты	Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок; знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний; способен их интерпретировать, но не способен использовать; знает только основной материал, без усвоения деталей, особенностей; дана только часть ответа на вопрос	Не знает базовые определения. Полное отсутствие ответа.
	Умеет выполнять практические задания	Умеет выполнять типовые	Умеет выполнять практически задания, но	Не умеет выполнять

	<p>повышенной сложности; самостоятельно анализирует теоретический материал, умеет применять теоретическую базу при выполнении практических заданий, предлагает собственный метод решения; грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы верны, аккуратно оформлены; не допускает ошибок при выполнении заданий, правильно обосновывает принятое решение; самостоятельно анализирует задание и решение.</p>	<p>практические задания, предусмотренные программой; правильно применяет полученные знания при анализе теоретического материала, при выполнении заданий, грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы корректны понятны; допускает отдельные ошибки при выполнении заданий, не нарушающие логику решения; делает выводы по результатам решения.</p>	<p>не всех типов; испытывает затруднения при анализе теоретического материала, в применении теории при выполнении заданий; поясняющие рисунки и схемы содержат ошибки, оформлены небрежно; допускает ошибки при выполнении заданий, нарушения логики решения; испытывает затруднения с выводами.</p>	<p>практические задания. Полное отсутствие ответа</p>
	<p>Владеет методикой выполнения стандартных заданий; использует полученные навыки при выполнении сложных, нестандартных заданий; выполняет трудовые действия быстро, выполняет все задания; выполняет трудовые действия качественно даже при выполнении сложных заданий; выполняет и оценивает трудовые действия самостоятельно, без посторонней помощи.</p>	<p>Владеет методикой выполнения стандартных заданий; выполнение нестандартных задание вызывает затруднения; выполняет трудовые действия, все поставленные задачи; выполняет трудовые действия качественно; самостоятельно выполняет и оценивает трудовые действия с консультацией у наставника.</p>	<p>Не владеет методикой выполнения стандартных заданий; испытывает трудности при выполнении стандартных заданий; выполняет трудовые действия медленно, с отставанием от установленного графика/норматива; выполняет трудовые действия с недостаточным качеством; выполняет трудовые действия, оценивает факты и собственные трудовые действия только с помощью наставника.</p>	<p>Не владеет методикой выполнения стандартных заданий. Полное отсутствие ответа</p>
<p>ПК-9 способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламной деятельности.</p>	<p>Знает и понимает термины и определения, может сформулировать их самостоятельно; знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их интерпретировать и использовать; обладает твердым и полным знанием материала, владеет</p>	<p>Знает термины, определения, основные закономерности, соотношения и принципы построения знаний, способен их интерпретировать и использовать; знает материал в запланированном</p>	<p>Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок; знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний; способен их интерпретировать, но не способен использовать; знает только основной материал, без усвоения деталей, особенностей;</p>	<p>Не знает базовые определения. Полное отсутствие ответа.</p>

	дополнительными знаниями; дает полный, развернутый ответ	объеме; ответ достаточно полный, но не отражены некоторые аспекты	дана только часть ответа на вопрос	
	Умеет выполнять практические задания повышенной сложности; самостоятельно анализирует теоретический материал, умеет применять теоретическую базу при выполнении практических заданий, предлагает собственный метод решения; грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы верны, аккуратно оформлены; не допускает ошибок при выполнении заданий, правильно обосновывает принятое решение; самостоятельно анализирует задание и решение.	Умеет выполнять типовые практические задания, предусмотренные программой; правильно применяет полученные знания при анализе теоретического материала, при выполнении заданий, грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы корректны понятны; допускает отдельные ошибки при выполнении заданий, не нарушающие логику решения; делает выводы по результатам решения.	Умеет выполнять практические задания, но не всех типов; испытывает затруднения при анализе теоретического материала, в применении теории при выполнении заданий; поясняющие рисунки и схемы содержат ошибки, оформлены небрежно; допускает ошибки при выполнении заданий, нарушения логики решения; испытывает затруднения с выводами.	Не умеет выполнять практические задания. Полное отсутствие ответа
	Владеет методикой выполнения стандартных заданий; использует полученные навыки при выполнении сложных, нестандартных заданий; выполняет трудовые действия быстро, выполняет все задания; выполняет трудовые действия качественно даже при выполнении сложных заданий; выполняет и оценивает трудовые действия самостоятельно, без посторонней помощи.	Владеет методикой выполнения стандартных заданий; выполнение нестандартных задание вызывает затруднения; выполняет трудовые действия, все поставленные задачи; выполняет трудовые действия качественно; самостоятельно выполняет и оценивает трудовые действия с консультацией у наставника.	Не владеет методикой выполнения стандартных заданий; испытывает трудности при выполнении стандартных заданий; выполняет трудовые действия медленно, с отставанием от установленного графика/норматива; выполняет трудовые действия с недостаточным качеством; выполняет трудовые действия, оценивает факты и собственные трудовые действия только с помощью наставника.	Не владеет методикой выполнения стандартных заданий. Полное отсутствие ответа

**5. Рейтинг-план изучения дисциплины:
РЕЙТИНГ-ПЛАН**

по дисциплине/ модулю на семестр

Рекламная деятельность

(название элемента учебного плана)

Направление, профиль подготовки

Профиль

Курс ____, семестр ____ уч. год 20__ / 20__ гг.

Количество ЗЕ по плану__

Форма промежуточной аттестации - экзамен

Количество часов по учебному плану ____, в т.ч. контактная (аудиторная) работа ____,
самостоятельная работа _____,

Преподаватель: _____

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

Кафедра: Экономика и управление в образовании

№	Наименование вида деятельности	Сроки	Трудоемкость видов деятельности балл	Всего баллов
1-й текущий контроль: V=6, K1=1; K2=10.				K=10
2-й текущий контроль: V=6, K1=1; K2=10.				K=10
	6-е занятие: 1-й рубежный контроль (10б): V=2, K1=2,5, K2= 4. 1. 1.Тестовый контроль; 2. 2.Выполнение контрольной работы по лекциям		2 2	4x2,5=10б
3-й текущий контроль: V=10; K1=0,6; K2= 17.				K=17
4-й текущий контроль: V=10; K1=0,6; K2= 17.				K = 17
	16-е занятие: 2-й рубежный контроль (10б): V=2, K1=2,5, K2= 4. 3. 1.Тестовый контроль; 4. 2.Выполнение контрольной работы по лекциям		2 2	4x2,5=10б

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ**

Рекламная деятельность

(наименование дисциплины / модуля)

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль Маркетинг

(год набора 2023, форма обучения очно/очно-заочная)

на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины Рекламная деятельность / модуля «Управление товарно-сбытовой деятельностью и качеством товаров» вносятся следующие изменения:

№ п/п	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений