МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГООБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебно-
методической работе
_____ Печурина Г.Г.
« »_____2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки:	38.03.07 Товароведение
Профиль подготовки:	Экспертиза и сертификация
Квалификация:	бакалавр
Форма обучения:	очная

факультет ТиД
кафедра «Экономика и управление»

очная форма обучения
курс – 4, семестр –7

Лекции	18 час./0,5 з.е.	(4 час. *)	Зачет 7 семестр
Практические занятия	18 час./0,5 з.е.	(4 час. *)	
Лабораторные занятия	– час. /– з.е.		
Самостоятельная работа	40 час./1,11 з.е.		
Контроль	– час./– з.е.		
Всего	108 час./3 з.е.		
В т.ч. контактная работа	68 час./ 1,89 з.е.		
*В т.ч.в интер. форме	(8 час.*)		

Новосибирск 2023

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки: 38.03.07 Товароведение. – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 985.

2. Базовый учебный план. Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение.

3. Образовательная программа. Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение, профиль подготовки «Экспертиза и сертификация».

4. Рабочий учебный план. Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение (квалификация «бакалавр»). Профиль подготовки «Экспертиза и сертификация», набор 2023 г. (очная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:
доц., канд.экон.наук _____ О.А. Сапрыкина

Ассистент _____ А.Б. Шимкова

Рецензент:
доц., канд.экон.наук _____ Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 01 от «29» августа 2023 г.).
Зав. кафедрой ЭиУ
доц., канд.экон.наук. _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
канд.техн.наук _____ Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Аннотация (паспорт дисциплины) 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавра 6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 7
4 Структура и содержание учебной дисциплины 11
5 Образовательные технологии 15
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 16
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) 18
8 Условия реализации программы дисциплины 22
9 Учебно-методическая карта дисциплины 23
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2023/2024 учебный год 24
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Приложение А 26

1 АННОТАЦИЯ (ПАСПОРТ ДИСЦИПЛИНЫ)

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт
ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Б1.В.ДВ.07.01</td><td>7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Рекламная деятельность»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Рекламная деятельность» для студентов очной формы обучения направления подготовки 38.03.07 Товароведение, профиль «Экспертиза и сертификация», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td>Цель процесса:
выполнение требований ФГОС ВО и у обучающихся теоретико-методической базы знаний в области современной рекламы, а также развитие практических умений и навыков применения этих знаний в профессиональной деятельности</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
Кафедра Экономики и управления</td><td>Ответственный руководитель процесса:
доц., канд.экон.наук Сапрыкина О.А..;
асс. А.Б. Шимкова</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
знания и компетенции, полученные студентами при изучении дисциплин:
- экономика
- экономика предприятия, управление производством
- информационные технологии в менеджменте</td><td>Выходы процесса:
соответствующие требования ФГОС ВО, компетенции, получаемые после изучения дисциплины «Рекламная деятельность»:
<u>Знать</u>:
– виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач в области рекламной деятельности;
– основные методы оценки разных способов решения задач в области рекламной деятельности;
– действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность;
– экономические основы ценообразования;
– порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров
– особенности ценообразования и влияние различных видов износа и ремонта на рынке движимого имущества.
<u>Уметь:</u>
– проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения в области рекламной деятельности;
– анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов в области рекламной деятельности;
– использовать нормативно-правовую документацию в сфере рекламной деятельности;
– использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций для осуществления рекламной деятельности;
– составлять заключения по результатам проведенного анализа в области рекламной дея-</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.07.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Рекламная деятельность»

	тельности; – выявлять основные особенности и характеристики движимого имущества с целью применения в рекламной деятельности. <u>Владеть:</u> – методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта в области рекламной деятельности; – навыками работы с нормативно-правовой документацией в сфере рекламной деятельности; – обработкой и хранением данных в области рекламной деятельности; – вычислительной и иной вспомогательной техникой, средствами связи и коммуникацией в области рекламной деятельности; – вычислительной и иной вспомогательной техникой, средствами связи для решения задач в области рекламной деятельности
Требования к входам: Соответствие требованиям ФГОС ВО, компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины: - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2); - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6); - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10); - осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (ПК-1).	Требования к выходам процесса: В результате изучения дисциплины студент должен в рамках общих компетенций: – способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2) – осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (ПК-1); – консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (ПК-2); – способен определять стоимость движимого имущества, а также работ и услуг, связанных с машинами, оборудованием, иным движимым имуществом, за исключением уникального и представленного в единичных образцах движимого имущества, подлежащих государственной регистрации (ПК-3)
Поставщики процесса: Кафедры, участвующие в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра экономики и управления	Потребители процесса: Студенты 4 курса очной формы обучения и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: - ФГОС ВО, - рабочий учебный план,	Основные ресурсы: Очная форма обучения: 4 курс, 7 семестр: ЛК – 18 час.; ПЗ – 18 час.; КСР – 30; КАт – 2;

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.07.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Рекламная деятельность»
- рабочая программа по дисциплине, - порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (зачёт).	СР – 40 час.; контактная работа – 68 час. Выделенный аудиторный фонд, компьютерный класс (214, 512 ауд.), интернет-ресурсы	
Контролируемые параметры процесса: - зачет (7 семестр); - участие в аудиторной работе; - выполнение практических работ; - выполнение заданий на самостоятельную работу; - выполнение и защита индивидуального задания; - тестирование	Методы измерения параметров процесса: рейтинг, защита практических работ, устный опрос, выполнение и защита индивидуального задания, тестирование, зачёт	
Показатели результативности: - выполнение запланированных мероприятий в срок; - рейтинг, обеспечивающий допуск к зачету	Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины	

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРА

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип (особенность)	Содержание
Ядро *дисциплины*	Базовая часть дисциплины: 1 модуль. Теоретические и практические основы рекламной деятельности 2 модуль. Организация рекламной деятельности 3 модуль. Менеджмент и маркетинг в рекламной деятельности
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях, правовое регулирование рекламной деятельности, рекламный процесс и теория коммуникаций, реклама в системе маркетинговых коммуникаций, понятие товара в маркетинге, концепция уникального торгового предложения, фирменный стиль в рекламе, планирование и проведение рекламной кампании, рекламный менеджмент, рекламный маркетинг, особенности процессов маркетинга рекламной деятельности
Обеспечение *последующих* дисциплин образовательной программы *(связи* с *последующими дисциплинами*)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: – Организация и планирование производства – Преддипломная практика; – Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы).
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть *дисциплины* содержит: *Практические и лабораторные занятия на темы (ДО):* 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных

Принцип (особенность)	Содержание
	условиях. Законодательство Российской Федерации о рекламе; 2. Организация рекламных кампаний; 3. Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама; 4. Наружные и транзитные средства распространения рекламы; 5. Интернет-реклама; 6. Вспомогательные средства рекламы; 7. Психологические аспекты рекламы; 8. Оценка эффективности рекламных кампаний
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных «точек» контроля	Промежуточный контроль; итоговый контроль (зачет)
Дисциплина и *современные информационные технологии*	Текстовый редактор *Word*, графический редактор *Paint* и другие – как средство оформления документации, Excel – как средство выполнения расчетов.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Рекламная деятельность» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1$_{УК-2}$ **Знать:** – виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач в области рекламной деятельности; – основные методы оценки разных способов решения задач в области рекламной деятельности; – действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность. ИД-2 $_{УК-2}$ **Уметь:** – проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения в области рекламной деятельности; – анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов в области рекламной деятельности; – использовать нормативно-правовую документацию в сфере рекламной деятельности. ИД-3 $_{УК-2}$ **Владеть**: – методиками разработки цели и задач проекта в области рекламной деятельности; – методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта в области рекламной деятельности; – навыками работы с нормативно-правовой документацией в сфере рекламной деятельности	Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тестирование

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Системное мышление	ПК-1	Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	*ИД-1$_{ПК-1}$* **Знать:** _ экономические основы ценообразования. *ИД-2$_{ПК-1}$* **Уметь:** – использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций для осуществления рекламной деятельности. *ИД-3$_{ПК-1}$***Владеет:** _ обработкой и хранением данных в области рекламной деятельности	Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тестирование
Умение управлять проектами и процессами	ПК-2	Способен консультировать в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	***ИД-1$_{ПК-2}$*****Знает:** _ порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров. ***ИД-2$_{ПК-2}$*****Умеет:** _ составлять заключения по результатам проведенного анализа в области рекламной деятельности. ***ИД-3$_{ПК-2}$*****Владеет**: _ вычислительной и иной вспомогательной техникой, средствами связи и коммуникацией в области рекламной деятельности	

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Оценочное мышление	ПК-3	Способен определять стоимость движимого имущества, а также работ и услуг, связанных с машинами, оборудованием, иным движимым имуществом, за исключением уникального и представленного в единичных образцах движимого имущества	***ИД-1$_{ПК-3}$*** **Знает:** – особенности ценообразования и влияние различных видов износа и ремонта на рынке движимого имущества. ***ИД-2$_{ПК-3}$*** **Умеет:** – выявлять основные особенности и характеристики движимого имущества с целью применения в рекламной деятельности. ***ИД-3$_{ПК-3}$*** **Владеет:** – вычислительной и иной вспомогательной техникой, средствами связи для решения задач в области рекламной деятельности	Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тестирование

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(Выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах							в з.е		4 курс	
		с преподавателями				СРС	К	Всего			7 сем.	8 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			Контактная работа							
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
-	7	18	18	-	68	40	–	108	3	ЛК	18	-
										ПЗ	18	-
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 3 зачётные единицы, 108 часов.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
			в часах					в з.е	
			ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Теоретические и практические основы рекламной деятельности	7	6	–	6	22	13	0,97	– устный опрос; – защита практических заданий; – защита индивидуального задания – тест
2	Организация рекламной деятельности	7	6	–	6	23	13	1,00	
3	Менеджмент и маркетинг в рекламной деятельности	7	6	–	6	23	14	1,03	
4	Итого по дисциплине	–	18	-	18	68	40	3	Итоговый контроль – зачет

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час.	Ссылки на цели
1	*2*	3	4	5	6
1	Теоретические и практические основы рекламной деятельности	ЛК-1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Правовое регулирование рекламной деятельности	2	УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3
		ЛК-2	Рекламный процесс и теория коммуникаций	2	
		ЛК-3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-1	История рекламной деятельности в России и за рубежом	4	
		СИ-2	Классификация рекламных средств и условия их применения	4	
		СИ-3	Социально-психологические основы рекламы	5	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	10	УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	–	
		КАт	Контроль за текущей успеваемостью	0,5	
		ИТОГО:		10,5	
Итого по разделу 1				∑6/13/10,5	
2	Организация рекламной деятельности	ЛК-4	Понятие товара в маркетинге. Концепция уникального торгового предложения	2	УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3
		ЛК-5	Фирменный стиль в рекламе	2	
		ЛК-6	Планирование и проведение рекламной кампании	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-4	Организация рекламы в магазине	4	
		СИ-5	Реклама в месте продажи	5	
		СИ-6	Рекламная кампания: планирование и проведение	4	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ, тест		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	10	УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	–	
		КАт	Контроль за текущей успеваемостью	0,5	
		ИТОГО:		10,5	
Итого по разделу 2					∑6/13/10,5

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час.	Ссылки на цели
1	*2*	3	4	5	6
3	Менеджмент и маркетинг в рекламной деятельности	ЛК-7	Рекламный менеджмент	2	УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3
		ЛК-8	Рекламный маркетинг	2	
		ЛК-9	Особенности процессов маркетинга рекламной деятельности	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-7	Рекламные агентства	5	
		СИ-8	Оценка эффективности рекламы	4	
		СИ-9	Коммуникации в рекламной деятельности	5	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ, тестирование		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	10	УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	–	
		КАт	Контроль за текущей успеваемостью	1	
		ИТОГО:		11	
Итого по разделу 3				∑6/14/11	
Итого по дисциплины					∑18/40/32
Итоговый контроль - зачет					–
*В интерактивной форме обучения					4*

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ занятия	Тема дисциплины	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ПЗ-1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Законодательство Российской Федерации о рекламе	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2 ПК-1 ПК-2	ПЗ-2	Организация рекламных кампаний	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач;

Ссылки на компетенции	№ занятия	Тема дисциплины	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
ПК-3				– подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ПЗ-3	Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ПЗ-4	Наружные и транзитные средства распространения рекламы	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ПЗ-5	Интернет-реклама	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ПЗ-6	Вспомогательные средства рекламы	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2	ПЗ-7	Психологиче-	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме

Ссылки на компетенции	№ занятия	Тема дисциплины	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
ПК-1 ПК-2 ПК-3		ские аспекты рекламы		ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
УК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ПЗ-8	Оценка эффективности рекламных кампаний	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
Итого по *семестру*			∑18	
Итого по дисциплине			∑18	
Итого интерактивные формы обучения			∑4*	

4.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (курсовой проект) –не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
Дискуссия	х	х	
IT-методы	х	х	х
Командная работа		х	
Опережающая СРС			х
Индивидуальное обучение		х	х

Проблемное обучение			х
Обучение на основе опыта		х	х
Проверка контрольных заданий и консультирование посредством электронной почты			х

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

– теоретический материал дисциплины изучается на лекциях (с использованием мультимедиа);

– самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием интернет-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;

– закрепление теоретического материала при выполнении практических работ с использованием коллаборативных технологий, выполнение проблемно-ориентированных заданий, разбор конкретных ситуаций, тестирование.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Компетентностные характеристики обучающегося

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение квалификации «бакалавр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями (представлены в таблице 6.1.1).

Таблица 6.1.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Рекламная деятельность»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
УК-2	Универсальные	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	ЛК ПЗ СР	Устный опрос; защита практических работ; защита индивидуального задания; тестирование; зачёт.
ПК-1	Профессиональные	осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		
ПК-2	Профессиональные	способность анализировать		

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
		взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
ПК-3	Профессиональные	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		

Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.1.2.

Таблица 6.1.2- Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса (таблица 4.3)	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-3	Устный опрос
2	Подготовка к практическим занятиям	1-3	Защита отчёта по практическим занятиям
3	Выполнение и защита индивидуального задания	1-3	Защита индивидуального задания, устный опрос
4	Подготовка к тестированию	1-3	Тестирование
5	Подготовка к зачту	1-3	Зачёт

На самостоятельную работу выделяется 40 часов.

6.2 Формы контроля

Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3 Защита индивидуального задания;

К-4 Тестирование;

К-5 БРС;

К-6 Зачет по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание (ДО): реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за выполнение и защиту контрольной работы (ЗО).

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается зачётом. К зачёту допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2).

6.3. Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Рекламная деятельность».

Вопросы к зачету

по дисциплине «Рекламная деятельность»

1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях
2. Правовое регулирование рекламной деятельности
3. Рекламный процесс и теория коммуникаций
4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
5. История рекламной деятельности в России
6. История рекламной деятельности за рубежом
7. Особенности функционирования рынка рекламных продуктов
8. Особенности функционирования рынка рекламных услуг

9. Регулирование и особенности развития рекламной деятельности на уровне субъекта РФ

10. Регулирование и особенности развития рекламной деятельности на местном уровне

11. Понятие товара в маркетинге

12. Концепция уникального торгового предложения

13. Фирменный стиль в рекламе

14. Планирование рекламной кампании

15. Особенности проведения рекламной кампании

16. Выбор и использование средств рекламы

17. Медиапланирование

18. Язык рекламы

19. Рекламный менеджмент

20. Рекламный маркетинг

21. Особенности процессов маркетинга рекламной деятельности

22. Организация выставок и ярмарок

23. Роль рекламы в управлении потребительским поведением

24. Специальные приемы в рекламе

25. Манипулятивные приемы в рекламе

26. Лингвистические приемы в рекламе

27. Психологические аспекты рекламы

28. Аудиовизуальная реклама: понятие, особенности

29. Радиореклама: понятие, особенности

30. Телевизионная реклама: понятие, особенности

31. Наружные средства распространения рекламы

32. Транзитные средства распространения рекламы

33. Интернет-реклама

34. Рекламные продукты в местах продаж

35. Оценка эффективности рекламных кампаний

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Рекламная деятельность» представлена в таблице 7.1.

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения задания по дисциплине «Рекламная деятельность» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQLServer2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». - URL: https://www.marketologi.ru/;

Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/ (некоммерческая версия);

Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: https://www.garant.ru/ (некоммерческая версия);

Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: https://cyberleninka.ru/.

Таблица 7.1 Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе 38.03.07 Товароведение (очная форма обучения) учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экземпляров	Количество экземпляров литературы на одного обучающегося
Б1.В.ДВ.07.01	Рекламная деятельность	*Основная литература:* Б-1 Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 282 с. – URL: https://znanium.com/read?id=414316 Б-2 Хапенков, В.Н. Рекламная деятельность в торговле: учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. – Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2021. – 368 с. – URL: https://znanium.com/read?id=398297 *Дополнительная литература:* Б-3 Музыкант, В.Л. Реклама: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – Москва: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 208 с. – URL: https://new.znanium.com/read?id=354352. Б-4 Шишова, Н.В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 299 с. URL: https://new.znanium.com/read?id=354635 Б-5 Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности: практическое пособие / М.А. Измайлова. - 3-е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 236 с. – URL: https://znanium.com/read?id=358569 *Учебно-методическая литература:* М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Рекламная деятельность» / О.А. Сапрыкина, А.Б. Шимкова. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2023. –___ с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Рекламная деятельность» / О.А. Сапрыкина, А.Б. Шимкова. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2023. – 22 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru	100% 100% 100% 100% 100% 100% 100%	>1

Заведующая библиотекой _____ Н.И. Русских _____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

– Лекции: аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

– Практические занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

– Лабораторные работы: аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (табл.8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.В.ДВ.07.01	Рекламная деятельность	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия, лабораторные работы: 512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации Аудиторная мебель - компьютерные столы 18 шт., стулья 18 шт., компьютер в комплекте - 18 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Кондиционер – 1 шт. Ауд. 502 – Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Учебно-научная лабораторию психологии и менеджмента.): Аудиторная мебель - компьютерные столы 9 шт., стол преподавателя 1 шт., стулья 11 шт., компьютер в комплекте - 10 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (мультимедиа проектор), доска аудиторная для писания мелом. Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

7 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-1 – СИ 3	БРС
2		ПЗ-1		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-1 – СИ 3	БРС
3	ЛК-2			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-1 – СИ 3	БРС
4		ПЗ-2		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-1 – СИ 3	БРС
5	ЛК-3			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-1 – СИ 3	БРС
6		ПЗ-2		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-1 – СИ 3	БРС
7	ЛК-4			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-4 – СИ 6	БРС
8		ПЗ-3		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-4 – СИ 6	БРС
9	ЛК-5			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-4 – СИ 6	БРС
10		ПЗ-4		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-4 – СИ 6	БРС
11	ЛК-6			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-4 – СИ 6	БРС
12		ПЗ-5		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-4 – СИ 6	БРС
13	ЛК-7			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-7 – СИ 9	БРС
14		ПЗ-6		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-7 – СИ 9	БРС
15	ЛК-8			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-7 – СИ 9	БРС
16		ПЗ-7		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-7 – СИ 9	БРС
17	ЛК-9			Б-1 – Б-5, М-2	СИ-7 – СИ 9	БРС
18		ПЗ-8		Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-7 – СИ 9	Зачёт

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2023/2024 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в рабочую программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
1	2	3	4
Организация и планирование производства	ЭиУ		
Преддипломная практика;	ЭиУ		
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	ХХТиТ		

Декан ФТиД _____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 2026/2027 УЧЕБНЫЙ ГОД

С учётом развития науки, техники и социальной сферы, в рабочую программу «Рекламная деятельность» для направления подготовки 38.03.07 Товароведение (2023 год набора), вносятся следующие изменения:

Актуализирована учебно-методическая литература по дисциплине:

Основная литература:

Б-1 Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. – Москва: ИНФРА-М, 2025. – 282 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=453662

Б-2 Хапенков, В.Н. Рекламная деятельность в торговле: учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 367 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=398297

Дополнительная литература:

Б-3 Музыкант, В.Л. Реклама: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – Москва: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 208 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=354352

Б-4 Шишова, Н.В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2026. – 299 с. URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=491671

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от «29» августа 2026 г.).

Заведующий кафедрой _____ О.А. Сапрыкина _____ 29.08.2026
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой _____ Н.И. Русских _____ 29.08.2026
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____ Т.О. Бунькова _____ 29.08.2026
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1-Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Рекламная деятельность», направление подготовки 38.03.07 Товароведение профиль «Экспертиза и сертификация»

4 курс, 7 семестр

Вид контроля	Баллы	ДМ-1				ДМ-2					РР	ДМ-3									РР	Всего
		ТР (неделя)				ТР (неделя)					Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
7 семестр																						
Посещаемость ЛК	1,0	*		*		*		*		*			*		*		*		*			9,0
Конспекты лекций	1,5									*									*			3,0
Посещаемость ПЗ	1,0		*		*		*		*		*			*		*		*		*		9,0
Ритмичность работы	0,5		*		*		*		*		*			*		*		*		*		4,5
Оформление отчета по ПЗ	1,5		*				*		*		*			*		*		*		*		12,0
Защита отчета по ПЗ	2,0		*				*		*		*			*		*		*		*		16,0
Индивидуальное задание	2,0		*				*		*		*			*		*		*		*		16,0
Самостоятельная работа	3,0									*									*			6,0
Тестирование	4,5																			*		4,5
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						80
Зачёт																						20
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль;ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____/Сапрыкина О.А./

Преподаватель: _____ /А.Б. Шимкова/

Зав. кафедрой: _____ /Сапрыкина О.А./

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Рекламная деятельность»
студента гр. _____

(курс 4, семестр 7)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		защита ПЗ / защита ИЗ		СР/ тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	ЛК-1	2	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Правовое регулирование рекламной деятельности	1,0		-		-		-		-	
3	ЛК-2	2	Рекламный процесс и теория коммуникаций	1,0		-		-		-		-	
5	ЛК-3	2	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	1,0		-		-		-		-	
7	ЛК-4	2	Понятие товара в маркетинге. Концепция уникального торгового предложения	1,0		-		-		-		-	
9	ЛК-5	2	Фирменный стиль в рекламе	1,0		-		1,5		-		3,0	
11	ЛК-6	2	Планирование и проведение рекламной кампании	1,0		-		-		-		-	
13	ЛК-7	2	Рекламный менеджмент	1,0		-		-		-		-	
15	ЛК-8	2	Рекламный маркетинг	1,0		-		-		-		-	
17	ЛК-9	2	Особенности процессов маркетинга рекламной деятельности	1,0		-		1,5		-		3,0	
2	ПЗ-1	2	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Законодательство Российской Федерации о рекламе	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-	
4	ПЗ-2	2	Организация рекламных кампаний	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-	
6	ПЗ-2	2	Организация рекламных кампаний	1,0		0,5		-		-		-	
8	ПЗ-3	2	Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-	
10	ПЗ-4	2	Наружные и транзитные средства распро-	1,0		0,5		1,5		2,0 /		-	

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		защита ПЗ / защита ИЗ		СР/ тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
			странения рекламы							2,0			
12	ПЗ-5	2	Интернет-реклама	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-	
14	ПЗ-6	2	Вспомогательные средства рекламы	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-	
16	ПЗ-7	2	Психологические аспекты рекламы	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-	
18	ПЗ-8	2	Оценка эффективности рекламных кампаний	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		4,5	
Итого:		36	Всего:	18,0		4,5		15,0		32,0		10,5	
			Дополнительный рейтинг:	10									
			Максимальный балл к зачёту:	18,0+4,5+15,0+32,0+10,5=80									
			Минимальный балл к зачёту:	60									

Примечание: Посещаемость лекций –1,0 балл;
Посещаемость практических занятий – 1,0 балл;
Проверка наличия конспектов лекций – 1,5 балла;
Ритмичность работы ПЗ – 0,5 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,3балла;
Оформление отчета по ПЗ – 1,5 балла;
Защита отчёта о выполнении практического занятия – 2,0 балла;
Контроль выполнения самостоятельной работы – 3,0 балла;
Защита индивидуального задания – 2,0 балла;
Дополнительные виды работ – 10 баллов;
Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.
Тестирование – 4,5 балла.

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /
Преподаватель: _____ / А.Б. Шимкова/

Итого:	Балл:	Оценка:

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
Рекламная деятельность
основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 38.03.07 Товароведение
профиль «Экспертиза и сертификация»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, профиль «Экспертиза и сертификация» дисциплина изучается в рамках вариативной части подготовки прикладного бакалавриата.
Разработчики рабочей программы дисциплины (РПД) – доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А., асс. Шимкова А.Б.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), в том числе: -имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (УК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-3): - по ФГОС ВО по направлению(ям), -по ОПОП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённое на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических (семинарских) занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; -методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий; методические рекомендации по проведению лабораторных работ; методические рекомендации по написанию курсовой работы; методические рекомендации по выполнению контрольной работы; комплект экзаменационных билетов	Да

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: *(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)*	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: *участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее*	Нет

РПД «Рекламная деятельность» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.03.07 Товароведение профиль «Экспертиза и сертификация» в представленном виде.

Рецензент:
доцент, канд.экон.наук, доц. кафедры ЭиУ Н.И. Воронина