

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины Менеджмент рекламы Б1.В.ДВ.11

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Автор(ы): Антонченко Н.Г. , Новенькова А.З.

Рецензент(ы): Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры № ____ от "____" ____ 20__г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК № ____ от "____" ____ 20__г.

Казань
2019

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Антонченко Н.Г. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Nataliya.Sergeeva@kpfu.ru ; специалист по учебно-методической работе 1 категории Новенькова А.З. (кафедра иностранных языков и профессиональной коммуникации, Институт управления, экономики и финансов), followaida@gmail.com

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

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-3	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ОПК-5	владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем
ОПК-7	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-11	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
ПК-13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
ПК-16	владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-5	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- Инструментарий создания и продвижения товаров и услуг;
- Как использовать различные каналы для продвижения товара;
- Основы расчета бюджетной и рекламной эффективности;
- Возможности применения инструментов маркетинга, PR и рекламы на различных стадиях развития компании;
- Как ставятся цели, задачи и разрабатываются процессы и процедуры маркетинга в компании.

Должен уметь:

- Собирать и анализировать информацию, необходимую для анализа текущего и потенциального положения компании на рынке;
- Анализировать текущую ситуацию на рынке, проводить SWOT-анализ, сопоставлять действия конкурентов со стратегией своей компании;
- Выполнять расчеты и действия, необходимые для краткосрочного и долгосрочного планирования;
- Работать с интернет-сообществом;
- Составлять медиаплан;
- Выбирать наиболее релевантные каналы коммуникаций с целевой аудиторией;
- Выстраивать долгосрочные отношения с потребителями.

Должен владеть:

- Навыками реализации рекламных проектов;
- Навыками создания текстов и разработки дизайна печатной рекламы;
- Вопросами правильной организации и ведения рекламной кампании;
- Навыками самостоятельного проведения PR-акций, рекламные мероприятия, пресс-конференций, презентаций и т.д.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- Формировать эффективное рекламное сообщение;
- Управлять инструментами психологического воздействия на потребителя;
- Организовать процесс рекламной кампании;
- Эффективно работать с различными видами и средствами рекламы;
- Участвовать в создании имиджа и обеспечивать конкурентоспособность и процветание предприятия.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.11 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 26 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 6 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие и сущность рекламы	6	4	4	0	8
2.	Тема 2. Классификация рекламных средств.	6	6	6	0	8
3.	Тема 3. Федеральный закон "О Рекламе".	6	2	4	0	8
4.	Тема 4. Рекламная кампания: понятие, сущность.	6	4	4	0	8
5.	Тема 5. Целевая аудитория и бюджет рекламной кампании.	6	4	4	0	8
6.	Тема 6. Медиапланирование.	6	4	4	0	8
7.	Тема 7. Реализация и оценка эффективности рекламной кампании.	6	2	2	0	6
	Итого		26	28	0	54

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность рекламы

1. Сущность и понятие рекламы.
2. Задачи и функции рекламы.
3. Основные средства рекламы. (каналы распространения рекламы).
4. Основные элементы коммуникационного процесса.
5. Основные черты рекламной коммуникации
6. Реклама и жизненный цикл товара
7. Принципы выбора канала распространения рекламы

Тема 2. Классификация рекламных средств.

1. Реклама на ТВ, Реклама в прессе. Радио реклама.
2. Печатная полиграфическая реклама. Наружная реклама.
3. Реклама в местах продаж. Сувенирная реклама.
4. Аудиовизуальная реклама. Product placement. Реклама на транспорте.
5. Интернет - реклама. Вирусная реклама.
6. рекламные средства, стимулирующие спрос

Тема 3. Федеральный закон "О Рекламе".

1. Основные участники рекламного процесса.
2. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе.
3. Защита несовершеннолетних в рекламе.

4. Реклама алкогольной продукции.
5. Защита несовершеннолетних в рекламе
6. Товары, реклама которых не допускается
7. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи
8. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий

Тема 4. Рекламная кампания: понятие, сущность.

1. Сущность и цели проведения рекламных кампаний.
2. Классификация рекламных кампаний.
3. Основные этапы рекламной кампании.
4. Функции целей рекламной кампании.
5. План рекламной кампании.
6. Маркетинговые стратегии в рекламной кампании.
7. Брандинг.
8. Анализ маркетинговой ситуации.
9. Рекламная кампания в интернете

Тема 5. Целевая аудитория и бюджет рекламной кампании.

1. Выявление целей рекламной кампании.
2. Определение и анализ целевой аудитории.
3. Разработка бюджета рекламной кампании.
4. Жизненный цикл продукта
5. Проблема завышенных и заниженных затрат.
6. Принципы построения рекламного бюджета
7. Гармоничный рекламный бюджет.
8. Количественные методы при построении рекламного бюджета.

Тема 6. Медиапланирование.

1. Выбор средств распространения рекламы.
2. Определение идеи и разработка рекламного обращения.
3. Медиапланирование.
4. Основные этапы медиапланирования.
5. Базовые понятия медиапланирования.
6. Медиалан для наружной рекламы.
7. Медиапланирование для электронных СМИ.
8. Бюджетирование рекламы.

Тема 7. Реализация и оценка эффективности рекламной кампании.

1. Реализация рекламной кампании.
2. Оценка эффективности рекламной кампании.
3. Анализ рекламной кампании.
4. Расчет экономического эффекта рекламирования .
5. Контроль эффективности рекламы.
6. Оценка коммуникативной эффективности рекламы.
7. Воздействие изменений в ценовой политике на эффективность рекламной компании.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержен приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. № 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 6			
	Текущий контроль		
1	Презентация	ПК-4 , ПК-3 , ОПК-7	1. Понятие и сущность рекламы
2	Устный опрос	ПК-4 , ПК-3 , ОПК-7	2. Классификация рекламных средств.
3	Научный доклад	ПК-4 , ПК-3 , ОПК-7	3. Федеральный закон "О Рекламе".
4	Контрольная работа	ПК-3 , ПК-4 , ОПК-7	4. Рекламная кампания: понятие, сущность.
5	Дискуссия	ПК-3 , ОПК-7	5. Целевая аудитория и бюджет рекламной кампании.
6	Отчет	ОПК-7 , ПК-4	6. Медиапланирование.
7	Контрольная работа	ПК-3 , ОПК-7	7. Реализация и оценка эффективности рекламной кампании.
	Экзамен		

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

Форма контроля	Критерии оценивания			Этап	
	Отлично	Хорошо	Удовл.		
Семестр 6					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Презентация	Превосходный уровень владения материалом. Высокий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения полностью соответствуют задачам презентации. Использованы надлежащие источники и методы.	Хороший уровень владения материалом. Средний уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения в основном соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Удовлетворительный уровень владения материалом. Низкий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения слабо соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы частично соответствуют поставленным задачам.	Неудовлетворительный уровень владения материалом. Неудовлетворительный уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения не соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы не соответствуют поставленным задачам.	1
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	2
Научный доклад	Тема полностью раскрыта. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Использованы надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют поставленным задачам.	Тема в основном раскрыта. Продемонстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Использованы надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Тема частично раскрыта. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Использованные источники, структура работы и применённые методы частично соответствуют поставленным задачам.	Тема не раскрыта. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Использованные источники, структура работы и применённые методы не соответствуют поставленным задачам.	3
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	4 7

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Дискуссия	Высокий уровень владения материалом по теме дискуссии. Превосходное умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Высокий уровень этики ведения дискуссии.	Средний уровень владения материалом по теме дискуссии. Хорошее умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Средний уровень этики ведения дискуссии.	Низкий уровень владения материалом по теме дискуссии. Слабое умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Низкий уровень этики ведения дискуссии.	Недостаточный уровень владения материалом по теме дискуссии. Неумение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Отсутствие этики ведения дискуссии.	5
Отчет	Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Использованы надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован средний уровень владения материалом. Использованы надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Использованные источники, структура работы и применённые методы частично соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Использованные источники, структура работы и применённые методы не соответствуют поставленным задачам.	6
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 6

Текущий контроль

1. Презентация

Тема 1

Презентация рекламной стратегии компании по выбору студента. Описание основных видов и средств рекламы, которые использует выбранный студентом компания.

2. Устный опрос

Тема 2

1. TV - реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
2. Реклама в прессе: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
3. Печатная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
4. Радио реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
5. Аудиовизуальная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
6. Product Placement: понятие. Сильные и слабые стороны.
7. Наружная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
8. Реклама на транспорте: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
9. Реклама в местах продаж: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
10. Сувенирная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
11. Интернет ? реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.

3. Научный доклад

Тема 3

Подготовить доклад на тему:

1. Изменения вносимые в Федеральный закон "О Рекламе".
2. Регулирование рекламной деятельности в странах Европы.
3. Регулирование рекламной деятельности в США.
4. Регулирование рекламной деятельности в странах Азии.
5. Регулирование рекламной деятельности в странах СНГ.

4. Контрольная работа

Тема 4

1. Какие существуют источники маркетинговой информации?
2. Каковы основные функции рекламы?
3. Какие задачи можно решить при помощи вторичной информации?
4. Для решения каких задач используется первичная информация?
5. Какие существуют виды маркетинговых исследований?
6. Какова процедура маркетингового исследования?
7. Какие методы используются для сбора, обработки и анализа маркетинговой информации?
8. Какие сферы научной деятельности связаны с рекламой? За что отвечает каждая из них?
9. Дайте определение рекламы.
10. Перечислите компоненты воздействия рекламы на человека, коротко объясните, в чем заключается каждый из них.
11. Перечислите факторы, уменьшающие эффективность рекламного сообщения. Приведите примеры подобных барьеров (помех).
12. В чем отличие рекламной коммуникации от коммуникации обычной?
13. Опишите специфику рекламы в прессе, какие каналы рекламы существуют в прессе?
14. Какие виды рекламы наиболее распространены на телевидении?
15. Какие существуют виды и разновидности наружной рекламы?
16. В чем заключается основная задача рекламы в местах продаж?
17. Что такое внутренняя реклама? Каковы ее основные особенности?
18. Перечислите участников процесса маркетинговой коммуникации.
19. Перечислите основные характеристики прямой почтовой рекламы. Что можно указать в качестве основных ее недостатков?
20. Какие компоненты входят в комплекс маркетинговых коммуникаций?

5. Дискуссия

Тема 5

- Критики рекламы настаивают, что реклама домогается манипулирования своей аудиторией. Сторонники рекламы заявляют, что она лишь стремится к информированию потребителей. С какой точкой зрения согласны вы? Почему? - Вспомните рекламу, которую вы находите вводящей в заблуждение или оскорбительной. Что беспокоит Вас в это рекламе? Могут ли СМИ допускать ее? Будет ли правильным со стороны правительства или рекламной индустрии предпринимать какие-то действия в подобном случае? Поясните вашу точку зрения. - Приведите пример страны, в которой существует регулирование рекламы, обращенной к детям. В чем специфика подобной деятельности для конкретной страны? Необходима ли подобная цензура по отношению к рекламе, которую могут увидеть дети?

6. Отчет

Тема 6

Провести анализ потребительской аудитории выбранного бренда на выявление отношения потребителей к рекламной кампании бренда с помощью маркетингового исследования.

7. Контрольная работа

Тема 7

Задача 1. Выберите журнал для наиболее целесообразного размещения рекламы: - детской электромеханической игрушки; - мужской сорочки модных расцветок; - фотокамеры из пластмассы ярких цветов, с простым управлением; - качественной и дорогой фотокамеры с большим количеством функций; - услуги дополнительного медицинского страхования; - военной службы по контракту; - сети компьютерных магазинов. Задача 2. Какие различия между японскими и американскими туристами вы бы порекомендовали учитывать при разработке рекламной кампании российского города? Задача 3. Исследуйте имеющийся у вас образец рекламного сообщения (почтовая реклама, печатная реклама, рекламный модуль в газете и т.д.). Рассмотрите каждый элемент рекламного сообщения и обдумайте роль каждого из них в воздействии на потребителя. Задача 4. Выберите рекламные объявления двух розничных торговцев товарами различных категорий и рассмотрите их достоинства и недостатки с точки зрения: а) создания имиджа магазина; б) увеличения продаж в ближайшей перспективе. Если вы производитель и от вас требуют увеличить скидки на совместную рекламу, какое из рассмотренных объявлений было бы выгоднее для вас? Почему? Задача 5. Подумайте о каком-нибудь товаре, который вы намеревались купить. О чем прежде всего вы думаете, рассматривая возможность покупки: о желаемых свойствах и полезных качествах, или о торговых марках, обладающих этими свойствами? Все ли люди рассуждают в такой же логической последовательности? Если да, то почему? Если нет, то почему? Задача 6. Какие характеристики рекламной аудитории могут помочь в предсказании эмоциональной реакции на рекламу? Какова должна быть ситуация, в которой запомнившиеся отношения повлияют на эмоциональную реакцию? Задача 7. Какую рекламу вы считаете привлекательной? Почему? Что делает рекламу привлекательной? При каких условиях реклама будет эффективной, даже если она вызывает неприязнь? Задача 8. Проклассифицируйте такие продукты, как машины, ювелирные изделия, сигареты, пищу, домашнюю мебель, мотоциклы относительно того, используется в их рекламе процесс размышления или чувства. В пределах каждого класса разделите их на продукты низкой и высокой заинтересованности. Задача 9. Выберите десять известных вам торговых марок и опишите ассоциации, связанные с индивидуальностью каждой из них: Затем проанализируйте, как реклама и другие элементы маркетингового комплекса влияют на улучшение индивидуальности торговой марки. Задача 10. Составьте перечень из пяти категорий товаров или услуг, торговую марку которых покупатели будут выбирать, основываясь, главным образом, на ее индивидуальности. Затем подумайте, в чем эти категории схожи и сделайте выводы.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Реклама: понятие, сущность. Основные черты рекламной коммуникации. Цель, задачи, функции рекламы.
2. Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности.
3. TV - реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
4. Реклама в прессе понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
5. Печатная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
6. Радиореклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
7. Аудиовизуальная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
8. Product Placement: понятие. Сильные и слабые стороны.
9. Наружная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
10. Реклама на транспорте: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
11. Реклама в местах продаж: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
12. Сувенирная реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
13. Интернет ? реклама: понятие и основные формы. Сильные и слабые стороны.
14. Федеральный закон "О рекламе": цели. Основные участники рекламного процесса.
15. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе. Что в рекламе не допускается.
16. Защита несовершеннолетних в рекламе. Реклама алкогольной продукции.
17. Основные элементы рекламной коммуникации. Виды помех.
18. Рекламная кампания: понятие и цели, классификация, этапы рекламной кампании.
19. Выявление целей рекламной кампании для информативной, побудительной (увещевательной) и напоминающей рекламы. Понятие SMART цели.
20. Определение и анализ целевой аудитории: Группы потребителей по отношению к определенному продукту. Критерии сегментации целевой аудитории.
21. Основные подходы к определению рекламного бюджета.
22. Критерии выбора каналов распространения рекламы.
23. Понятие рекламной идеи и рекламной стратегии. Типы рекламных стратегий. Принципы и рекомендации по созданию рекламного сообщения.
24. Медиапланирование.
25. Оценка эффективности рекламы.
26. Особенности рекламы в сфере туризма.
27. Особенности рекламы в сфере недвижимости

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

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не засчитано".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 6			
Текущий контроль			
Презентация	Обучающиеся выполняют презентацию с применением необходимых программных средств, решая в презентации поставленные преподавателем задачи. Обучающийся выступает с презентацией на занятии или сдаёт её в электронном виде преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме презентации, логичность, информативность, способы представления информации, решение поставленных задач.	1	10
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	2	5
Научный доклад	Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты оцениваются также ораторские способности.	3	10
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдается преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	4 7	5 5
Дискуссия	На занятии преподаватель формулирует проблему, не имеющую однозначного решения. Обучающиеся предлагают решения, формулируют свою позицию, задают друг другу вопросы, выдвигают аргументы и контраргументы в режиме дискуссии. Оцениваются владение материалом, способность генерировать свои идеи и давать обоснованную оценку чужим идеям, задавать вопросы и отвечать на вопросы, работать в группе, придерживаться этики ведения дискуссии.	5	5
Отчет	Обучающийся пишет отчёт, в котором отражает выполнение им, в соответствии с полученным заданием, определенных видов работ, направленных на формирование профессиональных умений и навыков. Оцениваются достигнутые результаты, проявленные знания, умения и навыки, а также соответствие отчёта предъявляемым требованиям.	6	10
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Бацюн Н. В. Менеджмент в рекламе: Учебное пособие / Н.В. Бацюн; Иркутский государственный технический университет. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. - 175 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-369-00601-6, 2000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=186094>
2. Поляков В. А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>
3. Музыкант В.Л. Реклама: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2011. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Азбука рекламы). (переплет) ISBN 978-5-369-00780-8 // <http://znanium.com/bookread2.php?book=226964>

7.2. Дополнительная литература:

1. Замедлина Е.А. Реклама: Учебное пособие / Е.А. Замедлина. - 2-е изд. - М.: ИД РИОР: ИНФРА-М, 2012. - 118 с.: 70x100 1/32. - (Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00921-5 // <http://znanium.com/bookread2.php?book=304918>
2. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0194-0 // <http://znanium.com/bookread2.php?book=226894>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Административно-управленческий портал - www.aup.ru/marketing/
Гильдия маркетологов - www.marketologi.ru
Маркетинг - теория и практика - www.cfin.ru/marketing/index.shtml
Маркетинг журнал 4p.ru - www.4p.ru/
Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Изучение дисциплины начинается с вводной лекции, в которой преподаватель знакомит студентов с целью и назначением курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин. Далее дается общий обзор курса, определяется его значение для практической будущей работы студентов. Затем преподаватель знакомит слушателей с общей методикой работы над курсом, дает характеристику учебников и учебных пособий, знакомит слушателей с обязательным списком литературы, рассказывает об экзаменационных требованиях. В процессе прослушивания лекции очень важно умение студентов конспектировать наиболее значимые моменты теоретического материала. Конспект помогает внимательнее слушать, лучше запоминать в процессе записи, обеспечивает наличие опорных материалов при подготовке к семинару, экзамену. В конце изучения дисциплины проводится обзорная лекция, в которой отражаются все теоретические положения курса, разъясняются вопросы, при изучении которых у студентов возникли затруднения.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Решение практических заданий нацелено на формирование у студента соответствующих практических умений. Решение предлагаемых заданий является средством текущего контроля приобретенных в течение семестра при самостоятельной работе знаний и навыков студентов, а также необходимо для самооценки студентами их подготовленности по теме. По теме необходимо решить (и предъявить для проверки) все предлагаемые примеры. Изложение решения задач должно быть кратким, не загромождено текстовыми формулировками используемых утверждений и определений; простые преобразования и арифметические выкладки пояснить не следует. Степень подробности изложения решений задач должна соответствовать степени подробности решения примеров в соответствующих разделах теоретических материалов. Ключевые идеи решения следует обосновывать ссылкой на использованные утверждения и приводить номера соответствующих формул. Устные опросы проводятся в рамках семинаров или коллоквиумов. В первом случае ? это тематический набор вопросов, подлежащих более глубокому осознанию. При проведении коллоквиума студенты готовят ответы по нескольким темам или разделу дисциплины.</p>
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным педагогом материалам и подготовки к выполнению индивидуальных заданий по курсу. Выполнение индивидуальных и самостоятельных работ по дисциплине тесно увязано с аудиторной работой. Основным постулатом такой концепции изучения дисциплины является постановка перед студентами задач по выполнению каждого вида самостоятельной работы. Некоторые виды самостоятельной работы студентов, требующие кратких специальных пояснений, могут быть конкретизированы на индивидуальных консультациях с преподавателем. На кафедре составляются и строго выполняются расписания индивидуальных консультаций для выяснения вопросов, вызвавших у студентов затруднения и оказания помощи студентам при выполнении различных заданий (курсовых проектов, рефератов, докладов и т.д.). В процессе выполнения самостоятельной работы студентами, обучающимися по специальности ?Менеджмент?, рекомендуется руководствоваться учебной, периодической, научно-технической и справочной литературой, содержащейся в библиотеке института, Интернет-ресурсами, настоящими методическими рекомендациями. При выполнении заданий, особое значение придается использованию компьютерной техники. Контроль за самостоятельной работой может осуществляться в форме защиты индивидуальных работ, собеседования, обсуждения рефератов, а также в ходе проведения экзаменационной сессии и промежуточного текущего контроля, в том числе тестирования. Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения всех видов занятий. Промежуточный контроль предназначен для практической комплексной оценки освоения разделов курса, и осуществляется путем подготовки студентами ответов на заданные педагогом вопросы. Он проводится регулярно в виде контрольных, практических работ, тестов.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
презентация	<p>Презентация дает возможность наглядно представить инновационные идеи, разработки и планы. Учебная презентация представляет собой результат самостоятельной работы студентов, с помощью которой они наглядно демонстрируют материалы публичного выступления перед аудиторией.</p> <p>Компьютерная презентация ? это файл с необходимыми материалами, который состоит из последовательности слайдов. Каждый слайд содержит законченную по смыслу информацию, так как она не переносится на следующий слайд автоматически в отличие от текстового документа. Студенту ? автору презентации, необходимо уметь распределять материал в пределах страницы и грамотно размещать отдельные объекты. В этом ему поможет целый набор готовых объектов (пиктограмм, геометрических фигур, текстовых окон и т.д.).</p> <p>Бесспорным достоинством презентации является возможность при необходимости быстро вернуться к любому из ранее просмотренных слайдов или буквально на ходу изменить последовательность изложения материала. Презентация помогает самому выступающему не забыть главное и точнее расставить акценты.</p> <p>Одной из основных программ для создания презентаций в мировой практике является программа PowerPoint компании Microsoft.</p> <p>Для визуального восприятия текст на слайдах презентации должен быть не менее 18 пт, а для заголовков ? не менее 24 пт.</p> <p>Макет презентации должен быть оформлен в строгой цветовой гамме. Фон не должен быть слишком ярким или пестрым. Текст должен хорошо читаться. Одни и те же элементы на разных слайдах должен быть одного цвета.</p> <p>Пространство слайда (экрана) должно быть максимально использовано, за счет, например, увеличения масштаба рисунка. Кроме того, по возможности необходимо занимать верхние $\frac{3}{4}$ площади слайда (экрана), поскольку нижняя часть экрана плохо просматривается с последних рядов.</p> <p>Каждый слайд должен содержать заголовок. В конце заголовков точка не ставится. В заголовках должен быть отражен вывод из представленной на слайде информации.</p> <p>Оформление заголовков заглавными буквами можно использовать только в случае их краткости.</p> <p>На слайде следует помещать не более 5-6 строк и не более 5-7 слов в предложении. Текст на слайдах должен хорошо читаться.</p> <p>При добавлении рисунков, схем, диаграмм, снимков экрана (скриншотов) необходимо проверить текст этих элементов на наличие ошибок. Необходимо проверять правильность написания названий улиц, фамилий авторов методик и т.д.</p> <p>Нельзя перегружать слайды анимационными эффектами ? это отвлекает слушателей от смыслового содержания слайда. Для смены слайдов используйте один и тот же анимационный эффект.</p>
устный опрос	<p>Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов.</p> <p>В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение.</p> <p>При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
научный доклад	<p>Для подготовки доклада необходимо выбрать тему из имеющихся в рабочей программе списков. Желательно, чтобы тема была интересна докладчику и вызывала желание качественно подготовить материалы.</p> <p>Подготовка доклада предполагает определение цели доклада; подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада; составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.</p> <p>Композиция доклада имеет вступление, основную часть и заключение.</p> <p>Вступление должно содержать: название доклада; сообщение основной идеи; современную оценку предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; интересную для слушателей форму изложения.</p> <p>Основная часть, в которой необходимо раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой.</p> <p>Заключение ? чёткое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.</p>
контрольная работа	<p>В конце изучения тем проводится тематическая контрольная работа, которая является средством промежуточного контроля оценки знаний.</p> <p>Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.</p>
дискуссия	<p>При организации дискуссии в учебном процессе обычно ставятся сразу несколько учебных целей, как чисто познавательных, так и коммуникативных. При этом цели дискуссии, конечно, тесно связаны с ее темой. Если тема обширна, содержит большой объем информации, в результате дискуссии могут быть достигнуты только такие цели, как сбор и упорядочение информации, поиск альтернатив, их теоретическая интерпретация и методологическое обоснование. Если тема дискуссии узкая, то дискуссия может закончиться принятием решения.</p> <p>Во время дискуссии студенты могут либо дополнять друг друга, либо противостоять один другому. В первом случае проявляются черты диалога, а во втором дискуссия приобретает характер спора. Как правило, в дискуссии присутствуют оба эти элемента, поэтому неправильно сводить понятие дискуссии только к спору. И взаимоисключающий спор, и взаимодополняющий, взаиморазвивающий диалог играют большую роль, так как первостепенное значение имеет факт сопоставления различных мнений по одному вопросу.</p> <p>Эффективность проведения дискуссии зависит от таких факторов, как:</p> <p>подготовка (информированность и компетентность) студентов по предложенной проблеме;</p> <p>семантическое однообразие (все термины, дефиниции, понятия и т.д. должны быть одинаково поняты всеми студентами);</p> <p>корректность поведения участников.</p>
отчет	<p>Отчет по анализу практической проблемы ? существенный элемент учебного процесса в организации высшего образования, в ходе которого обучающиеся фактически впервые сталкиваются с самостоятельной практической деятельностью в конкретной области.</p> <p>Отчеты, как и другие виды практических занятий, являются средним звеном между углубленной теоретической работой обучающихся на лекциях, семинарах и применением знаний на практике. Эти задания удачно сочетают элементы теоретического исследования и практической работы. Выполняя отчеты по анализу практических проблем, студенты лучше усваивают программный материал, так как многие определения, казавшиеся отвлечеными, становятся вполне конкретными, происходит соприкосновение теории с практикой, что в целом способствует пониманию сложных вопросов науки и становлению студентов как будущих специалистов. В целях интеграции теории и практики в организациях высшего образования в последнее время получают широкое распространение комплексные работы, с применением разнообразных технологий, в которых будет работать будущий специалист.</p> <p>При выполнении практических отчетов студентами достигаются следующие цели: ?</p> <p>углубление и закрепление знания теоретического курса путем практического изучения в лабораторных условиях изложенных в лекциях; приобретение навыков в экспериментировании, анализе полученных результатов; формирование первичных навыков организации, планирования и проведения научных исследований.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	<p>Изучение дисциплины завершается экзаменом (в соответствии с учебным планом образовательной программы).</p> <p>Экзамен как форма промежуточного контроля и организации обучения служит приемом проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов учебной программы, сформированных умений и навыков.</p> <p>Экзамен проводится устно или письменно по решению преподавателя, в объеме учебной программы. Преподаватель вправе задать дополнительные вопросы, помогающие выяснить степень знаний обучающегося в пределах учебного материала, вынесенного на Экзамен. По решению преподавателя зачет может быть выставлен без опроса ? по результатам работы обучающегося на лекционных и(или) практических занятиях.</p> <p>В период подготовки к Экзамену обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.</p> <p>Подготовка обучающегося к Экзамену включает в себя три этапа:</p> <ul style="list-style-type: none">* самостоятельная работа в течение процесса обучения;* непосредственная подготовка в дни, предшествующие Экзамену по темам курса;* подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах/тестах (при письменной форме проведения Экзамена). <p>Литература для подготовки к Экзамену рекомендуется преподавателем.</p> <p>Экзамен в письменной форме проводится по билетам/тестам, охватывающим весь пройденный по данной теме материал. По окончании ответа преподаватель может задать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы. На подготовку к ответу по вопросам билета/теста обучающемуся дается 30 минут с момента получения им билета/теста.</p> <p>Результаты Экзамена объявляются обучающемуся после проверки ответов.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Менеджмент рекламы" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Google Chrome

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Менеджмент рекламы" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .