

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.10.2023 11:18:55  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Технологический институт легкой промышленности  
Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий  
Кафедра из кожи

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Рекламная деятельность

|   |  |
|---|--|
| Уровень образования   | магистратура   |
| Направление подготовки  | 29.04.05 Конструирование изделий легкой промышленности                                       |
| Направленность (профиль)  | Развитие научных основ инновационных способов моделирования и проектирования изделий из кожи |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 2 года   |
| Форма(-ы) обучения  | очная  |

Рабочая программа учебной дисциплины Рекламная деятельность основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 21 от 28.06.2022 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

доцент О.А. Белицкая

Заведующий кафедрой: В.В. Костылева

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» изучается во втором модуле второго семестра. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» относится к обязательной части программы. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предыдущему уровню образования в части сформированности универсальных компетенций, а также общепрофессиональных компетенций, в случае совпадения направлений подготовки предыдущего и текущего уровня образования.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Спецглавы по конструированию изделий из кожи
- Компьютерный дизайн
- Формообразование обуви и аксессуаров

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями изучения дисциплины «Рекламная деятельность» является:

- изучение общетеоретических основ рекламной деятельности; форм и методов рекламы на внутреннем и внешнем рынках;
- владение концепциями рекламы в условиях рыночной экономики; теоретических и методологических подходов к определению сущности и содержания инструментов рекламы;
- изучение правильного выбора вида рекламы; критериев выбора каналов распространения рекламы;
- формирование навыков использования передовых форм и методов организации интернет-рекламы в целях успешного позиционирования как внутри страны, так и за рубежом;
- формирование навыков использования инструментов рекламы для успешного формирования портфеля заказов, повышения качества и уровня сервиса в целях полного удовлетворения спроса целевых групп потребителей
- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции   | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |
|--|--|--|
| <p>ОПК-3<br/> Готов изучать требования, предъявляемые потребителем к изделиям легкой промышленности, технические возможности предприятия для их выполнения и разрабатывать структуру рационального ассортимента одежды и обуви, в том числе детской.</p>       | <p>ИД-ОПК-3.1<br/> Анализ требований к изделиям для разработки рациональной структуры ассортимента в соответствии с техническими возможностями предприятия</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует и систематизирует нормативно-техническую документацию в области рекламной деятельности;</li> <li>- использует современные подходы к разработке и подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>- самостоятельно анализирует и устанавливает закономерности произведенной коллекции обуви и кожгалантерейных изделий для определения факторов дизайна, способствующих успеху на рынке;</li> <li>- устанавливает закономерности и определяет существующие и потенциальные нужды и предпочтения потребителей и сопоставляет их с методами разработки рекламной стратегии (политики);</li> <li>- оценивает рациональность того или иного проектного решения с точки зрения комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара;</li> <li>- анализирует качество используемых в производстве основных и вспомогательных материалов с привлечением интернет-ресурсов и программных средств и обосновывает возможность их использования в технологических процессах.</li> </ul> |
| <p>ОПК-4<br/> Способен использовать информационные технологии и современные компьютерные графические системы в профессиональной деятельности и участвовать в разработке прикладных программ для проектирования моделей одежды, обуви, в том числе детской.</p> | <p>ИД-ОПК-4.1<br/> Использование информационных технологий и современных компьютерных графических систем в профессиональной деятельности, участие конструктора в разработке прикладных программ для проектирования моделей изделий легкой промышленности</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливает закономерности и определяет существующие и потенциальные нужды и предпочтения потребителей и сопоставляет их с методами разработки рекламной стратегии (политики);</li> <li>- оценивает рациональность того или иного проектного решения с точки зрения комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара;</li> <li>- анализирует качество используемых в производстве основных и вспомогательных материалов с привлечением интернет-ресурсов и программных средств и обосновывает возможность их использования в технологических процессах.</li> </ul>   |
| <p>ПК-2<br/> Способен организовывать работы по разработке моделей/коллекций обуви</p>  | <p>ИД-ПК-2.2<br/> Анализ современных концепций организации дизайнерской деятельности. Разработка и реализация мероприятий, направленных на улучшение творческого процесса. Консультации по вопросам создания дизайна одежды и обуви</p>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливает закономерности и определяет существующие и потенциальные нужды и предпочтения потребителей и сопоставляет их с методами разработки рекламной стратегии (политики);</li> <li>- оценивает рациональность того или иного проектного решения с точки зрения комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара;</li> <li>- анализирует качество используемых в производстве основных и вспомогательных материалов с привлечением интернет-ресурсов и программных средств и обосновывает возможность их использования в технологических процессах.</li> </ul>   |

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

|                           |   |      |     |      |
|---------------------------|---|------|-----|------|
| по очной форме обучения – | 5 | з.е. | 180 | час. |
|---------------------------|---|------|-----|------|

#### 3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины  |                                |            |                                   |                           |                           |                              |  |  |                               |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|--|--|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час |                           |                           |                              | Самостоятельная работа обучающегося, час |  |                               |
|                               |                                |            | лекции, час                       | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа/курсовой проект          | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 2 семестр                     | экзамен                        | 180        | 18                                | 48                        |                           | 6                            |  | 54                                       | 54                            |
| Всего:                        |                                | 180        | 18                                | 48                        |                           | 6                            |  | 54                                       | 54                            |

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации                    | Виды учебной работы |                           |                                   |                              | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|--|
|  |  | Контактная работа   |                           |                                   |                              |                             |  |
|  |  | Лекции, час         | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальны | Практическая подготовка, час |                             |  |
| <b>Второй семестр</b>  |  |                     |                           |                                   |                              |                             |  |
| ИД-ОПК-3.1<br>ИД-ОПК-4.1<br>ИД-ПК-2.2  | <b>Раздел I. Реклама в системе массовых коммуникаций</b>                         | 6                   | 16                        |                                   | 2                            | 18                          | Формы текущего контроля по разделу I:<br>устный опрос,<br>дискуссия,<br>тестирование   |
|  | Тема 1.1 Реклама в системе массовых коммуникаций                                 | 3                   |                           |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 1.2 Рекламный процесс. Рынок рекламы  | 3                   |                           |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 1.1 Реклама: определение понятия, сущность и содержание    |                     | 4                         |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 1.2 История развития рекламы                               |                     | 4                         |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 1.3 Правовое регулирование рекламной деятельности          |                     | 4                         |                                   | 1                            | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 1.4 Анализ рекламной деятельности различных компаний       |                     | 4                         |                                   | 1                            | 3                           |  |
| ИД-ОПК-3.1<br>ИД-ОПК-4.1<br>ИД-ПК-2.2  | <b>Раздел II. Виды и средства рекламы</b>  | 6                   | 20                        |                                   | 2                            | 21                          | Формы текущего контроля по разделу II:<br>устный опрос,<br>дискуссия,<br>тестирование  |
|  | Тема 2.1 Виды рекламной деятельности   | 3                   |                           |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 2.2 Средства рекламной деятельности   | 3                   |                           |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 2.1 Анализ рекламной деятельности телекомпаний             |                     | 4                         |                                   |                              | 33                          |  |
|  | Практическая работа № 2.2 Печатная реклама и реклама в прессе                    |                     | 4                         |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 2.3 Наружные и транзитные средства распространения рекламы |                     | 4                         |                                   | 1                            |                             |  |
|  | Практическая работа № 2.4 Интернет-реклама.                                      |                     | 4                         |                                   | 1                            | 3                           |  |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации                      | Виды учебной работы |                           |                                   |                              | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|--|
|  |  | Контактная работа   |                           |                                   |                              |                             |  |
|  |  | Лекции, час         | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальны | Практическая подготовка, час |                             |  |
|  | Практическая работа № 2.5 Вспомогательные средства рекламы                         |                     | 4                         |                                   |                              | 3                           |  |
| ИД-ОПК-3.1<br>ИД-ОПК-4.1<br>ИД-ПК-2.2  | <b>Раздел III. Организация рекламной деятельности</b><br><b>Психология рекламы</b> | 6                   | 12                        |                                   | 2                            | 15                          | Формы текущего контроля по разделу III: устный опрос, дискуссия, тестирование  |
|  | Тема 3.1 Психологические аспекты рекламы   | 3                   |                           |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 3.2 Планирование рекламной деятельности                                       | 3                   |                           |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 3.1 Анализ интернет-рекламы с точки зрения психологии        |                     | 4                         |                                   |                              | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 3.2 Медиапланирование.                                       |                     | 4                         |                                   | 1                            | 3                           |  |
|  | Практическая работа № 3.3 Оценка эффективности рекламной деятельности              |                     | 4                         |                                   | 1                            | 3                           |  |
|  | Экзамен  |                     |                           |                                   |                              | 54                          | экзамен по билетам   |
|  | <b>ИТОГО за второй семестр</b>   | <b>18</b>           | <b>48</b>                 |                                   | <b>6</b>                     | <b>108</b>                  |  |

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп              | Наименование раздела и темы дисциплины         | Содержание раздела (темы)   |
|-------------------|--|---|
| <b>Раздел I</b>   | <b>Реклама в системе массовых коммуникаций</b> |   |
| Тема 1.1          | Реклама в системе массовых коммуникаций        | Коммуникация: определение понятия, основные классификации. Marketing mix. Основные цели и задачи рекламной коммуникации. Основные термины и понятия. Функции рекламы. Технология выделения целей и задач рекламы. Классификация рекламы по каналам доставки информации до потребителя. Политическая реклама   |
| Тема 1.2          | Рекламный процесс. Рынок рекламы               | Рекламный процесс и рекламные агентства как его участники. Классификация рекламных агентств и их организационная структура. Различные типы рекламных агентств, их преимущества и недостатки   |
| <b>Раздел II</b>  | <b>Виды и средства рекламы</b>                 |   |
| Тема 2.1          | Виды рекламной деятельности                    | Телевизионная реклама: определение, достоинства и недостатки, классификация, процесс создания и размещения. Радиореклама: определение, достоинства и недостатки, виды радиороликов, процесс создания и размещения. Аудиовизуальная реклама: определение, достоинства и недостатки, классификация  |
| Тема 2.2          | Средства рекламной деятельности                | Структура индустрии печатных медиа. Виды печатной рекламы. Реклама в газетах и журналах. Диагональ Гутенберга. Разновидности наружной рекламы. Реклама на транспортных средствах и транспортных сооружениях. Основные медиапоказатели наружной рекламы. Общие требования к распространению рекламы на улично-дорожной сети. Материалы для наружной рекламы. Творческие аспекты и значение наружной рекламы  |
| <b>Раздел III</b> | <b>Организация рекламной деятельности</b>      |   |
|                   | <b>Психология рекламы</b>                      |   |
| Тема 3.1          | Психологические аспекты рекламы                | Психология рекламы. Основные этапы психологического воздействия в рекламе. Проблема психологической безопасности рекламы. Семантика цвета. Аромамаркетинг. Использование юмора в рекламе. Модели рекламного воздействия. Теории мотивации А. Маслоу и З. Фрейда. Психологические особенности современного потребителя. Способы преодоления состояния сенсорной сытости и избирательного внимания. Методы психологического воздействия рекламы на потребителя. Психологические приемы в рекламе. Работа с подсознанием в рекламе. Нейролингвистическое программирование. Этические проблемы психологических воздействий в рекламе. |
| Тема 3.2          | Планирование рекламной деятельности            | Маркетинговые и рекламные планы: определение, преимущества их наличия. Основные этапы планирования рекламной деятельности фирмы. Разработка рекламной стратегии. Формирование рекламного бюджета. Преимущества и недостатки собственной рекламной службы. Причины обращения в рекламное агентство.  |

### 3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, лабораторным занятиям и экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом по необходимости.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

| № пп            | Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение | Задания для самостоятельной работы   | Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля) | Трудоемкость, час |
|-----------------|--|--------------------------------------|---|-------------------|
| <b>Раздел I</b> | <b>Реклама в системе массовых коммуникаций</b>                               |                                      |   |                   |
| Тема 1.1        | Реклама в системе массовых коммуникаций                                      | подготовить информационное сообщение | устное собеседование по результатам выполненной работы                              | <b>3</b>          |



|                   |  |                                      |  |          |
|-------------------|--|--------------------------------------|--|----------|
| Тема 1.3          | Рекламный процесс.<br>Рынок рекламы                              | подготовить информационное сообщение | устное собеседование по результатам выполненной работы | <b>3</b> |
| <b>Раздел II</b>  | <b>Виды и средства рекламы</b>                                   |                                      |  |          |
| Тема 2.1          | Виды рекламной деятельности                                      | подготовить информационное сообщение | устное собеседование по результатам выполненной работы | <b>3</b> |
| Тема 2.2          | Средства рекламной деятельности                                  | подготовить информационное сообщение | устное собеседование по результатам выполненной работы | <b>3</b> |
| <b>Раздел III</b> | <b>Организация рекламной деятельности<br/>Психология рекламы</b> |                                      |  |          |
| Тема 3.1          | Психологические аспекты рекламы                                  | подготовить информационное сообщение | устное собеседование по результатам выполненной работы | <b>3</b> |
| Тема 3.2          | Планирование рекламной деятельности                              | подготовить информационное сообщение | устное собеседование по результатам выполненной работы | <b>3</b> |

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Учебная деятельность частично проводится на онлайн-платформе за счет применения учебно-методических электронных образовательных ресурсов:

| использование ЭО и ДОТ    | использование ЭО и ДОТ   | объем, час | включение в учебный процесс                                   |
|---------------------------|--|------------|---|
| обучение с веб-поддержкой | учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 1 категории |            | организация самостоятельной работы обучающихся                |
|                           | учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 2 категории |            | в соответствии с расписанием текущей/промежуточной аттестации |

#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

| Уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровня сформированности |  |  |
|---|---|---|------------------------------------|--|--|
|   |   |   | универсальной(-ых) компетенции(-й) | общепрофессиональной(-ых) компетенций  | профессиональной(-ых) компетенции(-й)  |
|   |   |   |                                    | ОПК-3<br>ИД-ОПК-3.1<br>ОПК-4<br>ИД-ОПК-4.1   | ПК-2<br>ИД-ПК-2.2  |
| высокий                                 | 85 – 100  | отлично   |                                    | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения;</li> <li>– показывает способности в понимании и практическом использовании рекламной деятельности;</li> <li>– дополняет теоретическую информацию сведениями из современных научных источников ;</li> <li>– способен анализировать и соответствовать в своей профессиональной деятельности</li> </ul> | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения;</li> <li>– дополняет теоретическую информацию сведениями профессионального и исследовательского характера;</li> <li>– свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе;</li> <li>– дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные</li> </ul> |

|            |         |                   |  |   |  |
|------------|---------|-------------------|--|---|--|
|            |         |                   |  | <p>современным трендам в области рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе;</li> <li>– дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные</li> </ul>  | <p>ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.</p>   |
| Повышенный | 65 – 84 | хорошо            |  | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия;</li> <li>– анализирует применение различных видов рекламы;</li> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе;</li> <li>– ответ отражает знание теоретического и практического материала, не допуская существенных неточностей.</li> </ul> | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия;</li> <li>– анализирует теоретические положения гигиены одежды и обуви;</li> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</li> </ul> |
| Базовый    | 41 – 64 | удовлетворительно |  | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– с неточностями излагает принятую в рекламной деятельности терминологию;</li> </ul>  | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при</li> </ul>   |

|        |        |                     |   |  |  |
|--------|--------|---------------------|---|--|--|
|        |        |                     |   | – демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине;<br>– ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения. | решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;<br>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине рекламная деятельность. |
| Низкий | 0 – 40 | неудовлетворительно | Обучающийся:<br>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;<br>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками, приёмами и терминологией. |  |  |

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине Рекламная деятельность проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

### 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля   | Примеры типовых заданий  |
|------|---|--|
| 1    | Устный опрос по разделу «Реклама в системе массовых коммуникаций» | 1. Коммуникация: определение понятия, основные классификации, Marketing mix<br>2. Основные цели и задачи рекламной коммуникации<br>3. Функции рекламы, достоинства и недостатки рекламы<br>4. Классификация средств рекламы<br>5. Роль и задачи социальной рекламы |
| 2    | Дискуссия по разделу «Реклама в системе массовых коммуникаций»    | 1. Политическая реклама<br>2. Социальная реклама<br>3. Эволюционные этапы развития рекламы в мире  |

| № пп | Формы текущего контроля   | Примеры типовых заданий  |
|------|---|--|
|      |   | 4. Реклама в Древнем мире, в средние века и в период расцвета капитализма<br>5. История развития рекламы в России  |
| 3    | Тестирование по разделу «Реклама в системе массовых коммуникаций» | 1. Термин «реклама» происходит от лат. слова «reklamare», что значит:<br>А. громко кричать, извещать.<br>Б. активно продавать<br>В. рассказывать о товаре<br>2. Реклама начала появляться<br>А. еще задолго до нашей эры<br>Б. в средние века<br>В. в середине 19 века<br>3. Источником брендовой рекламы были<br>А. Геральдические знаки<br>Б. гербовые печати<br>В. клейма, которыми метили скот и рабов;<br>4. В России ненадлежащая реклама<br>А. разрешена с некоторыми ограничениями<br>Б. запрещена. Ее использование является нарушением законодательства РФ<br>В. запрещена, но за её использование не наказывают.<br>5. Основными целями рекламной кампании НЕ могут быть:<br>А. формирование у потребителя эффекта узнавания товара;<br>Б. формирование у потребителя новых потребностей, что впоследствии приводит к увеличению сбыта товара;<br>В. формирование у потребителя художественного вкуса |
| 4    | Устный опрос по разделу «Виды и средства рекламы»                 | 1. Телевизионная реклама – достоинства, недостатки и специфика<br>2. Виды телевизионной рекламы<br>3. Время трансляции телевизионной рекламы<br>4. Основные показатели эффективности рекламы на ТВ<br>5. Радиореклама. Специфика радиообращения  |
| 5    | Дискуссия по разделу «Виды и средства рекламы»                    | 1. Реклама в прессе. Достоинства и недостатки как средства рекламы<br>2. Виды печатной рекламы. Классификация, достоинства и недостатки как средства рекламы<br>3. Разновидности наружной рекламы, уличная мебель<br>4. Основные медиапоказатели наружной рекламы<br>5. Реклама на транспортных средствах и транспортных сооружениях   |

| № пп | Формы текущего контроля  | Примеры типовых заданий  |
|------|--|--|
| 6    | Тестирование по разделу «Виды и средства рекламы»                                  | <p>1. Заказчиком рекламы является:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) рекламодатель;</li> <li>б) рекламное агенство;</li> <li>в) потребитель.</li> </ul> <p>2. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) реклама в прессе;</li> <li>б) печатная реклама;</li> <li>в) реклама на месте продаж;</li> </ul> <p>3. Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое одним форматом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) каталог;</li> <li>б) проспект;</li> <li>в) буклет;</li> </ul> <p>4. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) каталог;</li> <li>б) буклет;</li> <li>в) проспект;</li> </ul> <p>5. Логотип – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);</li> <li>б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);</li> <li>в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.</li> </ul> <p>6. Рекламный слоган – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения;</li> <li>б) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения;</li> <li>в) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.</li> </ul> |
| 7    | Устный опрос по разделу «Организация рекламной деятельности<br>Психология рекламы» | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Психологические аспекты рекламы. Основные виды психологического воздействия в рекламе</li> <li>2. Семантика цвета и аромамаркетинг</li> <li>3. Использование юмора в рекламе</li> <li>4. Этапы планирования рекламной кампании</li> <li>5. Нейромаркетинг в рекламной деятельности</li> </ul>   |

| № пп | Формы текущего контроля  | Примеры типовых заданий   |
|------|--|---|
| 8    | <p>Дискуссия по разделу «Организация рекламной деятельности<br/>Психология рекламы»</p>    | <p>1. Реклама и ее роль в жизни общества<br/>2. Реклама – двигатель торговли.<br/>3. Мир без рекламы.<br/>4. Образ женщины в российской рекламе.<br/>5. Образ пенсионера в российской рекламе</p>   |
| 9    | <p>Тестирование по разделу «Организация рекламной деятельности<br/>Психология рекламы»</p> | <p>1. Какое воздействие является важнейшим практическим направлением в современной психологической науке, поскольку проникает в тайны человеческих взаимоотношений и вооружает основами управления людьми?<br/>Эмоциональное<br/>Психологическое<br/>Физическое<br/>Подознательное</p> <p>2. Сколько существует основных типов психологического воздействия, различающихся по своему объекту?<br/>1<br/>2<br/>3<br/>4</p> <p>3. ... - неманипулятивный метод психологического воздействия на сознание личности, с целью осознанного принятия ею определенных установок, оценок и суждений:<br/>Убеждение<br/>Подражание<br/>Внушение</p> <p>4. Какая форма в рекламе расценивается как нечто устойчивое, стабильное и сильное?<br/>Круг<br/>Квадрат<br/>Треугольник<br/>Овал</p> <p>5. ... - процесс и метод воздействия на психологическую сферу человека, направленный на снижение сознательного контроля и критичности при восприятии.<br/>Убеждение<br/>Подражание<br/>Внушение</p> |

## 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания  | Шкалы оценивания     |                      |                 |
|--|--|----------------------|----------------------|-----------------|
|  |  | 100-балльная система | Пятибалльная система |                 |
| Устный опрос   | Обучающийся в ходе опроса продемонстрировал глубокие знания сущности проблемы, были даны, полные ответы на все вопросы   |                      | 5                    |                 |
|  | Обучающийся правильно рассуждает, дает верные ответы, однако, допускает незначительные неточности  |                      | 4                    |                 |
|  | Обучающийся слабо ориентируется в материале, плохо владеет профессиональной терминологией.   |                      | 3                    |                 |
|  | Обучающийся в ходе опроса не смог дать правильные ответы на поставленные вопросы.  |                      | 2                    |                 |
| Дискуссия  | Обучающийся в ходе дискуссии продемонстрировал глубокие знания сущности проблемы, были даны, полные ответы на все вопросы  |                      | 5                    |                 |
|  | Обучающийся правильно рассуждает, дает верные ответы, однако, допускает незначительные неточности  |                      | 4                    |                 |
|  | Обучающийся слабо ориентируется в материале, плохо владеет профессиональной терминологией.   |                      | 3                    |                 |
|  | Обучающийся в ходе дискуссии не смог дать правильные ответы на поставленные вопросы.   |                      | 2                    |                 |
| Тестирование   | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. Например:<br>«2» - равно или менее 40%<br>«3» - 41% - 64%<br>«4» - 65% - 84%<br>«5» - 85% - 100% |                      | 5                    | 85% - 100%      |
|  |  |                      | 4                    | 65% - 84%       |
|  |  |                      | 3                    | 41% - 64%       |
|  |  |                      | 2                    | 40% и менее 40% |



## 5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации        | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:  |
|---------------------------------------|--|
| Экзамен:<br>в устной форме по билетам | <p>Билет № 1<br/>Вопрос 1. Коммуникация: определение понятия, основные классификации, Marketing mix<br/>Вопрос 2. Семантика цвета и аромамаркетинг</p> <p>Билет № 2<br/>Вопрос 1. Основные цели и задачи рекламной коммуникации<br/>Вопрос 2. Психологические аспекты рекламы. Основные виды психологического воздействия в рекламе</p> <p>Билет № 3<br/>Вопрос 1. Функции рекламы, достоинства и недостатки рекламы<br/>Вопрос 2. Классификация интернет-рекламы</p> <p>Билет № 4<br/>Вопрос 1. Роль и задачи социальной рекламы<br/>Вопрос 2. Основные медиапоказатели интернет-рекламы</p> <p>Билет № 5<br/>Вопрос 1. Эволюционные этапы развития рекламы в мире<br/>Вопрос 2. Реклама на транспортных средствах и транспортных сооружениях</p> |

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации        | Критерии оценивания   | Шкалы оценивания     |                      |
|---------------------------------------|---|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства      |   | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Экзамен:<br>в устной форме по билетам | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> </ul> |                      | 5                    |

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания   | Шкалы оценивания     |                      |
|----------------------------------|---|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства |   | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете;</li> <li>– свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>   |                      |                      |
|                                  | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой,</li> <li>– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p> |                      | 4                    |
|                                  | <p>Обучающийся:</p>   |                      | 3                    |

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания   | Шкалы оценивания     |                      |
|----------------------------------|---|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства |   | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> <li>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые;</li> <li>– справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы.</li> </ul> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> |                      |                      |
|                                  | <p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>   |                      | 2                    |

### 5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

| Форма контроля                     | 100-балльная система | Пятибалльная система  |
|------------------------------------|----------------------|---|
| Текущий контроль:                  |                      |   |
| - устный опрос                     |                      | 2 – 5 или зачтено/не зачтено                                  |
| - защита лабораторных работ        |                      | 2 – 5 или зачтено/не зачтено                                  |
| - тестирование                     |                      | 2 – 5 или зачтено/не зачтено                                  |
| <b>Итого за семестр</b><br>экзамен |                      | отлично<br>хорошо<br>удовлетворительно<br>неудовлетворительно |

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении лабораторных работ с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

## 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.     | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.   |
|--|--|
| <i>119071, г. Москва, Садовническая ул., д. 35</i>   |  |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа  | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:<br>– ноутбук;<br>– проектор   |
| аудитории для проведения лабораторных занятий, занятий по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:<br>– ноутбук,<br>– проектор<br>– доска меловая;<br>– технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории |
| <b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>  | <b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>   |

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. |
|--|--|
| читальный зал библиотеки:  | – компьютерная техника;<br>подключение к сети «Интернет»   |

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование   | Параметры                       | Технические требования   |
|--|---------------------------------|--|
| Персональный компьютер/<br>ноутбук/планшет,<br>камера,<br>микрофон,<br>динамики,<br>доступ в сеть Интернет | Веб-браузер                     | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
|  | Операционная система            | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux                        |
|  | Веб-камера                      | 640x480, 15 кадров/с   |
|  | Микрофон                        | любой  |
|  | Динамики (колонки или наушники) | любые  |
|  | Сеть (интернет)                 | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с  |

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п   | Автор(ы)                                     | Наименование издания   | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство           | Год издания | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)   | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|---|--|--|-------------------------------------|------------------------|-------------|---|--|
| 10.1 Основная литература, в том числе электронные издания   |  |  |                                     |                        |             |   |  |
| 1   | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов | Рекламная деятельность<br>ISBN 978-5-9916-9889-4                                   | учебник и практикум для вузов       | М.: Издательство Юрайт | 2020        | <a href="https://urait.ru/bcode/451045">https://urait.ru/bcode/451045</a>   | -  |
| 2   | В. А. Поляков, А. А. Романов                 | Разработка и технологии производства рекламного продукта<br>ISBN 978-5-534-05261-9 | учебник и практикум для вузов       | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://urait.ru/book/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta-432145">https://urait.ru/book/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta-432145</a> | -  |
| 3   | Л. В. Селезнева                              | Подготовка рекламного и PR-текста<br>ISBN 978-5-534-04084-5                        | учебное пособие для вузов           | М.: Издательство Юрайт | 2020        | <a href="https://urait.ru/book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-453912">https://urait.ru/book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-453912</a>   | -  |
| 10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания   |  |  |                                     |                        |             |   |  |
| 1   | Л. К. Комарова                               | Основы выставочной деятельности<br>ISBN 978-5-534-06841-2                          | учебное пособие для вузов           | М.: Издательство Юрайт | 2020        | <a href="https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-452689">https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-452689</a>   | -  |
| 2   | А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова               | Брендинг<br>ISBN 978-5-9916-2979-9   | учебник для бакалавров              | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://urait.ru/book/brending-426128">https://urait.ru/book/brending-426128</a>   | -  |
| 3   | Л. Н. Федотова                               | Реклама: теория и практика<br>ISBN 978-5-9916-8299-2                               | учебник для вузов                   | М.: Издательство Юрайт | 2020        | <a href="https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-450406">https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-450406</a>   | -  |
| 10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) |  |  |                                     |                        |             |   |  |

|   |                               |  |    |                              |      |                             |    |
|---|-------------------------------|--|----|------------------------------|------|-----------------------------|----|
| 1 | Белицкая О.А.,<br>Фокина А.А. | Рекламная деятельность.<br>Рабочая тетрадь | УП | М.: РГУ им. А.Н.<br>Косыгина | 2022 | Локальная сеть университета | 25 |
|---|-------------------------------|--|----|------------------------------|------|-----------------------------|----|



## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

### 11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

| № пп  | Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы   |
|---|--|
| 1.  | ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>   |
| 2.  | «Znaniium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»<br><a href="http://znaniium.com/">http://znaniium.com/</a>                        |
| 3.  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniium.com»<br><a href="http://znaniium.com/">http://znaniium.com/</a> |
| 4.  | ...  |
| Профессиональные базы данных, информационные справочные системы |  |
| 1.  | ...  |
| 2.  | ...  |
| 3.  | ...  |

### 11.2. Перечень программного обеспечения

| №п/п | Программное обеспечение                              | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|--|--|
| 1.   | <i>Windows 10 Pro, MS Office 2019</i>                | <i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>                    |
| 2.   | <i>PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone</i> | <i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>                    |
| 3.   | <i>V-Ray для 3Ds Max</i>                             | <i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>                    |
| 4.   | ...  |  |
| 5.   | ...  | ...  |

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| <b>№ пп</b> | <b>год<br/>обновления<br/>РПД</b> | <b>характер изменений/обновлений<br/>с указанием раздела</b> | <b>номер протокола<br/>и дата заседания<br/>кафедры</b> |
|-------------|-----------------------------------|--|---|
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |