

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 15:57:45  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9abb82479

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 социальной инженерии  
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Рекламный менеджмент в коммерческой сфере

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года, 5 лет
Форма(-ы) обучения	очная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламный менеджмент в коммерческой сфере» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент А.Д. Петросян  
И.о. заведующего кафедрой: Е.В. Мореева

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Рекламный менеджмент в коммерческой сфере» изучается на очной форме на четвертом курсе в седьмом семестре.

Учебная дисциплина «Рекламный менеджмент в коммерческой сфере» изучается на заочной форме на четвертом курсе в седьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

### **1.1. Форма промежуточной аттестации:**

экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Основы проектной деятельности
- Организация и проведение PR- кампаний
- Креативные технологии в рекламе и PR
- Медиапланирование в коммерческой сфере / в социокультурной сфере
- Репутационный менеджмент
- Рекламный менеджмент в коммерческой сфере / в социокультурной сфере
- Разработка и технология производства коммуникационного продукта
- Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью
- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

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

- Производственная практика. Преддипломная практика

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

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

Целями освоения дисциплины «Рекламный менеджмент в коммерческой сфере» являются:

- организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на выявление целесообразности выведения нового бренда;
- обработка и интерпретация результатов маркетинговых исследований с применением современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий;
- обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии при создании бренда;
- разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию для выведения нового бренда;
- позиционирование бренда в оффлайн и онлайн среде;

- формирование идентичности бренда, индивидуальности бренда, ассоциаций с брендом
- 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
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-УК-2.2 Оценка решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля	Умеет формировать круг задач в рамках поставленной цели и осуществлять выбор наиболее рациональных способов их решения, основываясь на действующих правовых нормах, имеющихся ресурсов и ограничений Оценивает решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля.
	ИД-УК-2.4 Представление результатов проекта, предложение возможности их использования и/или совершенствования в соответствии с запланированными результатами	
ПК-3 Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере	ИД-ПК-3.1 Обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги	Осуществляет разработку, как индивидуальных, так и коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере Реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Участвует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию
	ИД-ПК-3.2 Подготовка необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
	ИД-ПК-3.3 Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию	
ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных	ИД-ПК-5.1 Создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа. Создает тексты рекламы и (или) связей с

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-ПК-5.2 Создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде	общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Осуществляет разработку сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.
	ИД-ПК-5.3 Создание сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, транслирующих миссию и философию организации целевым группам общественности	
	ИД-ПК-5.4 Разработка текстов и информационных поводов для создания персонального имиджа	

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
по заочной форме обучения –	4	з.е.	128	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	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
7 семестр	экзамен	128	16	34				54	24
Всего:		128	16	34				54	24

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий  
(заочная 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	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
7 семестр	экзамен	128	8	8				104	8
Всего:		128	8	8				104	8

## 3.3. 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/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>Седьмой семестр</b>							
УК-2: ИД-УК-2.2 ИД-УК-2.4	<b>Раздел I. Рекламный менеджмент: основные понятия</b>	5	12			20	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Устный опрос
	Тема 1.1. Основные составляющие рекламного менеджмента	2					
	Тема 1.2. Рекламные кампании	1					
	Тема 1.3. Управление в рекламной сфере	1					
	Тема 1.4. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии	1					
	Практическое занятие № 1.1. Основные составляющие рекламного менеджмента		3			5	
	Практическое занятие № 1.2. Рекламные кампании		3			5	
	Практическое занятие № 1.3. Управление в рекламной сфере		3			5	
	Практическое занятие № 1.4. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии		3			5	
ПК-3: ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3	<b>Раздел II. Рекламная политика и рекламная стратегия</b>	6	12			24	Формы текущего контроля по разделу II: Эссе Собеседование
	Тема 2.1. Рекламные исследования	2					
	Тема 2.2. Организация рекламного процесса, его структура и участники	1					
	Тема 2.3. Формирование рекламного бюджета	1					
	Тема 2.4. Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности	1					
	Тема 2.5. Совершенствование рекламной деятельности предприятия	1					
	Практическое занятие № 2.1 Рекламные исследования		3			5	

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/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Практическое занятие № 2.2 Организация рекламного процесса, его структура и участники		3			5	
	Практическое занятие № 2.3 Формирование рекламного бюджета		2			5	
	Практическое занятие № 2.4 Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности		2			5	
	Практическое занятие № 2.5 Совершенствование рекламной деятельности предприятия		2			4	
ПК-5	<b>Раздел III Оценка качества рекламной деятельности</b>	5	10			10	Формы текущего контроля по разделу I: Устный опрос Эссе
ИД-ПК-5.1	Тема 3.1. Управление рекламной деятельностью коммерческого предприятия	3					
ИД-ПК-5.2	Тема 3.2. Анализ эффективности рекламной деятельности	2					
ИД-ПК-5.3	Практическое занятие № 3.1. Управление рекламной деятельностью коммерческого предприятия		5			5	
ИД-ПК-5.4	Практическое занятие № 3.2. Анализ эффективности рекламной деятельности		5			5	
	Экзамен					24	Экзамен по билетам
	<b>ИТОГО за седьмой семестр</b>	16	34			128	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>16</b>	<b>34</b>			<b>128</b>	

3.4. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная 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/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>Седьмой семестр</b>							
УК-2: ИД-УК-2.2 ИД-УК-2.4	<b>Раздел I. Рекламный менеджмент: основные понятия</b>	3	3			40	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Устный опрос
	Тема 1.1. Основные составляющие рекламного менеджмента	1					
	Тема 1.2. Рекламные кампании	1					
	Тема 1.3. Управление в рекламной сфере	0,5					
	Тема 1.4. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии	0,5					
	Практическое занятие № 1.1. Основные составляющие рекламного менеджмента		1			10	
	Практическое занятие № 1.2. Рекламные кампании		1			10	
	Практическое занятие № 1.3. Управление в рекламной сфере		0,5			10	
	Практическое занятие № 1.4. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии		0,5			10	
ПК-3: ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3	<b>Раздел II. Рекламная политика и рекламная стратегия</b>	3	3			50	Формы текущего контроля по разделу II: Эссе Собеседование
	Тема 2.1. Рекламные исследования	1					
	Тема 2.2. Организация рекламного процесса, его структура и участники	0,5					
	Тема 2.3. Формирование рекламного бюджета	0,5					
	Тема 2.4. Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности	0,5					



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/индивидуальные задания, час	Практическая подготовка, час		
	Тема 2.5. Совершенствование рекламной деятельности предприятия	0,5					
	Практическое занятие № 2.1 Рекламные исследования		1			10	
	Практическое занятие № 2.2 Организация рекламного процесса, его структура и участники		0,5			10	
	Практическое занятие № 2.3 Формирование рекламного бюджета		0,5			10	
	Практическое занятие № 2.4 Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности		0,5			10	
	Практическое занятие № 2.5 Совершенствование рекламной деятельности предприятия		0,5			10	
ПК-5	<b>Раздел III Оценка качества рекламной деятельности</b>	2	2			14	Формы текущего контроля по разделу I: Устный опрос Эссе
ИД-ПК-5.1	Тема 3.1. Управление рекламной деятельностью коммерческого предприятия	1					
ИД-ПК-5.2	Тема 3.2. Анализ эффективности рекламной деятельности	1					
ИД-ПК-5.3	Практическое занятие № 3.1. Управление рекламной деятельностью коммерческого предприятия		1			7	
ИД-ПК-5.4	Практическое занятие № 3.2. Анализ эффективности рекламной деятельности		1			7	
	Экзамен					8	Экзамен по билетам
	<b>ИТОГО за седьмой семестр</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>128</b>	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>128</b>	

## 3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Рекламный менеджмент: основные понятия</b>	
Тема 1.1	Основные составляющие рекламного менеджмента	Основная цель, субъекты и объекты Информационное обеспечение рекламы Планирование и организация рекламной деятельности. Основные задачи
Тема 1.2	Рекламные кампании	Определение и разновидности рекламных кампаний Основные этапы проведения рекламной кампании
Тема 1.3	Управление в рекламной сфере	Сфера рекламной деятельности Участники рекламной деятельности Роль менеджмента в рекламном бизнесе Главные учреждения, вовлеченные в сферу рекламного менеджмента Проблемы управления рекламой Функциональная структура рекламного менеджмента Контроль рекламной деятельности
Тема 1.4	Формирование рекламной политики и рекламной стратегии	Разработка рекламной стратегии, ее основные составляющие Оценка качества рекламной деятельности Основные информационные подсистемы рекламной деятельности
<b>Раздел II</b>	<b>Рекламная политика и рекламная стратегия</b>	
Тема 2.1.	Рекламные исследования	Классификация рекламных исследований Основные направления и этапы проведения рекламных исследований Элементы рекламной стратегии
Тема 2.2.	Организация рекламного процесса, его структура и участники	Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности Специфика организации рекламной деятельности
Тема 2.3	Формирование рекламного бюджета	разработке рекламного бюджета факторами, определяющими объем рекламных затрат статьями рекламного бюджета
Тема 2.4	Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности	Процесс контроля включает в себя следующие основные элементы Цели контроля рекламной деятельности Критерии классификации типов рекламного контроля Основные уровни контроля рекламной деятельности
Тема 2.5	Совершенствование рекламной деятельности предприятия	Методы совершенствования рекламной деятельности предприятия Анализ эффективности рекламной деятельности
<b>Раздел III</b>	<b>Оценка качества рекламной деятельности</b>	
Тема 3.1	Управление рекламной деятельностью	Функции управления рекламой Формирование системы планирования

	коммерческого предприятия	Маркетинговые планы
Тема 3.2	Анализ эффективности рекламной деятельности	Эффективность рекламы. Основные характеристики Методы, позволяющие определить влияние рекламы на товарооборот

### 3.6. 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 и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

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

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов бренд-менеджерами;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

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

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

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

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>объем, час</b>	<b>включение в учебный процесс</b>
смешанное обучение	лекции		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

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

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

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		
			профессиональной(-ых) компетенции(-й)		
			УК-2: ИД-УК-2.2 ИД-УК-2.4	ПК-3: ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3	ПК-5: ИД-ПК-5.1 ИД-ПК-5.2 ИД-ПК-5.3 ИД-ПК-5.4
высокий		отлично	Умеет формировать круг задач в рамках поставленной цели и осуществлять выбор наиболее рациональных способов их решения, основываясь на действующих правовых нормах, имеющихся ресурсов и ограничений Оценивает решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля	Осуществляет разработку, как индивидуальных, так и коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере Реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Участствует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию.	Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа. Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Осуществляет разработку сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.
повышенный		хорошо	Умеет формировать круг задач в рамках поставленной цели и	Осуществляет разработку, как индивидуальных, так и	Осуществляет авторскую деятельность с учетом

			<p>осуществлять выбор наиболее рациональных способов их решения, основываясь на действующих правовых нормах, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Оценивает решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля</p>	<p>коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере</p> <p>Реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Участствует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию.</p>	<p>специфики разных СМИ и других медиа.</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Не может осуществлять разработку сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</p>
базовый		удовлетворительно	<p>Умеет формировать круг задач в рамках поставленной цели и осуществлять выбор наиболее рациональных способов их решения, основываясь на действующих правовых нормах, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Оценивает решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, но не в полной мере</p>	<p>Не осуществляет разработку, как индивидуальных, так и коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере</p> <p>Реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Участствует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию.</p>	<p>Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа.</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Не может осуществлять разработку сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</p>

низкий		неудовлетворительно	Обучающийся: Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы
--------	--	---------------------	--

## 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 «Рекламный менеджмент в коммерческой сфере» 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	Доклад по разделу/теме «Основные составляющие рекламного менеджмента»	Темы докладов: 1. История развития рекламного менеджмента. 2. Проблемы классификации рекламных средств. 3. Элементы фирменного стиля. 4. Основные подходы к классификации потребителей с позиции рекламы. 5. Стилизация рекламного обращения как средство формирования имиджа фирмы. 6. Технология разработки текстов для рекламы в СМИ.
2	Эссе по разделу/теме «Рекламные кампании»	Темы эссе: 1. СМИ как канал выхода на различные аудитории в связях с общественностью. 2. Правила разработки PR-кампаний в СМИ. 3. Пресс-релиз: технология создания. 4. Специальные PR-мероприятия как канал выхода на целевые аудитории. 5. Особенности организации и проведения пресс-конференции. 6. Ярмарки и выставки как PR-мероприятия.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
3	Устный опрос по разделу/теме «Рекламные кампании»	Устный опрос: 1. Что относится к сфере рекламной деятельности? 2. Перечислите основные задачи рекламного менеджмента. 3. Дайте определение рекламной кампании. 4. Какие типы рекламного менеджмента вы знаете? 5. Назовите основные этапы проведения рекламной кампании. 6. Перечислите основные этапы процесса планирования рекламной деятельности.
4	Собеседование по разделу/теме «Управление в рекламной сфере»	1. На что ориентирована доверительно-имиджевая задача рекламы? 2. Какие различают разновидности рекламных кампаний по территориальному охвату? 3. Что относится к основным методам сбора информации? 4. Охарактеризуйте количественные и качественные рекламные исследования. 5. В чем состоит суть уровневого подхода к управлению рекламной деятельностью? 6. По каким показателям оценивается качество технологии производства рекламы?

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

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий,		4



Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		3
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2
	Не получены ответы по базовым вопросам.		2
	Не принимал участия в собеседовании.		2
Эссе	Эссе выполнено полностью. В логических рассуждениях отсутствуют ошибки. Возможно наличие одной неточности, что не является следствием незнания или		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		
	Эссе выполнено полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	В эссе допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Эссе выполнено не полностью. В материале допущены грубые ошибки.		2
Доклад	Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Доклад не подготовлен.		
Устный опрос	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2

### 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме по билетам	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рекламный менеджмент. Цель, задачи, субъект и объект</li> <li>2. Виды и функции рекламного менеджмента</li> <li>3. Задачи и основные этапы процесса рекламного планирования</li> <li>4. Ситуационный анализ в рекламном планировании и его основные направления.</li> <li>5. Элементы и факторы маркетинговой деятельности фирмы</li> </ol>

## 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: 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> <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> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5
	<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> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> </ul>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <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>У обучающегося обнаруживают существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

### 5.5. Примерные темы курсовой работы:

не предусмотрена

### 5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

### 5.7. 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:		
- собеседование		2 – 5
- доклад		2 – 5
- устный опрос		2 – 5
- эссе		2 – 5

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой 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**

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

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.
<b>119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, д. 1, учебный корпус4</b>	
Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для

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.
	представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
Аудитория № 6213 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная 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/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, 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 дисциплины 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
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>9.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Иванова И.А.	Менеджмент	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/menedzhment-535066">https://urait.ru/book/menedzhment-535066</a>	
2	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-535593">https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-535593</a>	
3	Федотова Л.Н.	Реклама: теория и практика	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-536261">https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-536261</a>	
<b>9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Шапкин И.Н.	Менеджмент	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/menedzhment-544945">https://urait.ru/book/menedzhment-544945</a>	
2	Душкина М.Р.	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-543173">https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-543173</a>	
3	Жильцова О.Н.	Рекламная деятельность	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-489960">https://urait.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-489960</a>	
<b>9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)</b>							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В.,	Реклама и связи с общественностью. Учебно-	Учебно-методическое	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10

	Усик С.П.	методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ	пособие				
--	-----------	--	---------	--	--	--	--

## 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.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ЭБС ЮРАЙТ» <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a>
5.	ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a> .
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
.	Web of Science <a href="http://webofknowledge.com/">http://webofknowledge.com/</a>
.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>
.	«SpringerNature» <a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a> Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a> Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a> База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a> База данных Nano: <a href="http://nano.nature.com/">http://nano.nature.com/</a>

11.2. Перечень программного обеспечения

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

**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 обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>
1	2024	Обновление всех разделов рабочей программы	№ 8 от 25.03.2024 г.