|  |
| --- |
| 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** |
| **Коммерческая реклама** |
| 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 |
| Форма(-ы) обучения | очная/заочная |

|  |
| --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины «Коммерческая реклама» основной профессиональной образовательной программы высшего образования*,* рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 1 от 26.08.2021 г. |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины: |
|  | Доцент | С.П. Усик  |
| Заведующий кафедрой: | Е.Г. Карпова C:\Users\CalibMcFly\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\3cb5a4d1-f691-4c30-8dd8-452550d4df98.jpg |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Коммерческая реклама» изучается в третьем семестре.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации:

* + - 1. зачет
			2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП
			3. Учебная дисциплина относится к факультативным дисциплинам.
			4. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:
		- История рекламы и связей с общественностью
		- Основы профессионального развития
		- Основы теории коммуникации
		- Технологии самообразования и творческого саморазвития
		- Деловое общение в коммерческой сфере
		- Теория и практика массовой информации
		- Основы правоведения и антикоррупционная политика
		- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
			1. Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
		- Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
		- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
		- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
		- Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
		- Брендинг в коммерческой сфере
		- Современные массмедиа в коммерческой сфере
		- Производственная практика. Профессионально-творческая практика
			1. Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики. преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

* + - 1. Цель освоения дисциплины - изучить инновационные методы и технологии коммерческой рекламы и сформировать компетенции, необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия форм и способов рекламирования.
			2. Задачи дисциплины:
			3. - рассмотреть теоретические аспекты коммерческой рекламы;
			4. - описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
			5. - рассмотреть инновационные технологии в коммерческой рекламе.
			6. 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.

## 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-4Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | ИД-УК-4.3Применение на практике деловой коммуникации в устной и письменной формах, методов и навыков делового общения на русском и иностранном языках | Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)Применяет на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках |
| ПК-4Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИД-ПК-4.1Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | Участвует в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийОсуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегииИспользует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюОрганизует внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| ИД-ПК-4.2Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |
| ИД-ПК-4.3Организация внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |
| по заочной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |

## 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** |
| 3 семестр | зачет | 108 | 17 | 34 |  |  |  | 57 |  |
| Всего: |  | 108 | 17 | 34 |  |  |  | 57 |  |

## 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** |
| 3 курс |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| установочная сессия |  | 72 | 4 | 6 |  |  |  | 62 |  |
| зимняя сессия | зачет | 36 |  |  |  |  |  | 32 | 4 |
| Всего: |  | 108 | 4 | 6 |  |  |  | 94 | 4 |

## 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** |
|  | **Третий семестр** |
| УК-4: ИД-УК-4.3 | **Раздел I. Методологические основы коммерческой рекламы** | 9 | 17 |  |  | 27 | Формы текущего контроля по разделу I:СобеседованиеСамостоятельная работа |
| Тема 1.1 Подходы к определению коммерческой рекламы | 3 |  |  |  |  |
| Тема 1.2 Видовая классификация коммерческой рекламы | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.3 Принципы коммерческой рекламы | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.4 Средства и формы коммерческой рекламы | 2 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 1.1 Подходы к определению коммерческой рекламы |  | 4 |  |  | 7 |
| Практическое занятие № 1.2 Видовая классификация коммерческой рекламы |  | 4 |  |  | 6 |
| Тема 1.3 Принципы коммерческой рекламы |  | 4 |  |  | 7 |
| Практическое занятие № 1.4 Средства и формы коммерческой рекламы |  | 5 |  |  | 7 |
| ПК-4:ИД-ПК-4.1ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.3 | **Раздел II. Планирование коммерческой рекламы** | 8 | 17 |  |  | 30 | Формы текущего контроля по разделу II:ТестированиеДокладТворческое задание |
| Тема 2.1 Разработка рекламной стратегии | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.2 Формы подачи информации в СМИ с целью привлечения внимания общественности | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.3 Брендинг как элемент системы инновационных коммуникаций | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.4 Разработка плана интегрированных коммуникаций | 2 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 2.1 Разработка рекламной стратегии |  | 4 |  |  | 7 |
| Практическое занятие № 2.2 Формы подачи информации в СМИ с целью привлечения внимания общественности |  | 4 |  |  | 8 |
| Практическое занятие № 2.3 Брендинг как элемент системы инновационных коммуникаций |  | 4 |  |  | 8 |
| Практическое занятие № 2.4 Разработка плана интегрированных коммуникаций |  | 5 |  |  | 7 |
|  | Зачет  |  |  |  |  |  | устный опрос |
|  | **ИТОГО за третий семестр** | 17 | 34 |  |  | 57 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **17** | **34** |  |  | **57** |  |

## 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** |
|  | **Третий курс** |
| УК-4: ИД-УК-4.3 | **Раздел I. Методологические основы коммерческой рекламы** | 2 | 3 |  |  | 44 | Формы текущего контроля по разделу I:СобеседованиеСамостоятельная работа |
| Тема 1.1 Подходы к определению коммерческой рекламы | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.2 Видовая классификация коммерческой рекламы | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.3 Принципы коммерческой рекламы | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.4 Средства и формы коммерческой рекламы | 0,5 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 1.1 Подходы к определению коммерческой рекламы |  | 1 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.2 Видовая классификация коммерческой рекламы |  | 0,5 |  |  | 11 |
| Тема 1.3 Принципы коммерческой рекламы |  | 0,5 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.4 Средства и формы коммерческой рекламы |  | 1 |  |  | 11 |
| ПК-4:ИД-ПК-4.1ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.3 | **Раздел II. Планирование коммерческой рекламы** | 2 | 3 |  |  | 50 | Формы текущего контроля по разделу II:ТестированиеДокладТворческое задание |
| Тема 2.1 Разработка рекламной стратегии | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 2.2 Формы подачи информации в СМИ с целью привлечения внимания общественности | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 2.3 Брендинг как элемент системы инновационных коммуникаций | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 2.4 Разработка плана интегрированных коммуникаций | 0,5 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 2.1 Разработка рекламной стратегии |  | 1 |  |  | 12 |
| Практическое занятие № 2.2 Формы подачи информации в СМИ с целью привлечения внимания общественности |  | 0,5 |  |  | 12 |
| Практическое занятие № 2.3 Брендинг как элемент системы инновационных коммуникаций |  | 0,5 |  |  | 12 |
| Практическое занятие № 2.4 Разработка плана интегрированных коммуникаций |  | 1 |  |  | 14 |
|  | Зачет  |  |  |  |  | 4 | устный опрос |
|  | **ИТОГО за третий курс** | 4 | 6 |  |  | 94 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **4** | **6** |  |  | **98** |  |

## Краткое содержание учебной дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Наименование раздела и темы дисциплины** | **Содержание раздела (темы)** |
| **Раздел I** | **Методологические основы коммерческой рекламы** |
| Тема 1.1 | Подходы к определению коммерческой рекламы | Сущность и виды инновационных коммуникаций.Категориальное пространство инновационных коммуникаций.Логистика инноваций.Инновационные отношения. |
| Тема 1.2 | Видовая классификация коммерческой рекламы | Деятельность торгового предприятия в области системы инновационных маркетинговых коммуникаций.Эффективное применение инструментов инновационных маркетинговых коммуникаций.Применение интеграции различных техник и приемов продвижения в единую маркетинговую коммуникативную стратегию торгового предприятия. |
| Тема 1.3 | Принципы коммерческой рекламы | Основы и практические подходы к проведению маркетинговых исследований. Процессы предварительной и окончательной сегментации рынка. Сущность, подходы и проблемы позиционирования бизнеса и товаров.Аналитическое позиционирование как основа выбора варианта стратегического развития и принятия управленческих решений. |
| Тема 1.4 | Средства и формы коммерческой рекламы | Системные изменения связей с общественностью, в частности новую предметную и объектную сферы, модели коммуникации, изменение субъект-объектных отношений, кардинальную смену коммуникационной парадигмы: от управления к коллаборации, – и предлагает методологические принципы анализа (многомерности, проективности, проактивности) и методологические основания исследования общественных связей в инновационном дискурсе.Предпосылки изменения онтологического статуса общественных связей. |
| **Раздел II** | **Планирование коммерческой рекламы** |
| Тема 2.1 | Разработка рекламной стратегии | Исследование рынка и целевой аудитории.Определяются основные каналы воздействия на целевую аудиторию.Определяются основные этапы рекламной кампании.Происходит распределение бюджета по этапам рекламной кампании.Определяются порядок и продолжительность размещения кампаний. |
| Тема 2.2 | Формы подачи информации в СМИ с целью привлечения внимания общественности | Форм подачи информации для привлечения внимания:Эксклюзив Сенсация Интрига Провокация Информационная война.Взаимовлияние традиционных сми и ИнтернетаОрганизация специальных событийИнформационно-пропагандистские кампании |
| Тема 2.3 | Брендинг как элемент системы инновационных коммуникаций | Выстраивание эффективной бренд-коммуникации с клиентами как одного из ключевых ресурсов формирования нематериального актива компании.Установление взаимосвязи комплекса интегрированных бренд-коммуникаций и потребительской ценности продуктового предложения компании. Факторы и тенденции развития современных бренд-коммуникаций. Технологии разработки и реализации программы продвижения бренда, ориентированной на формирование устойчивой конкурентной позиции компании. |
| Тема 2.4 | Разработка плана интегрированных коммуникаций | Интегрированный подход к формированию коммуникационной политики предприятияРекламная и ПР-деятельность в системе ИМКАТL и ВТL-технологии в коммуникационной политике предприятияСистемность использования средств интегрированных маркетинговых коммуникаций.Оценка эффективности системы интегрированных маркетинговых коммуникаций.Разработка программы.Медиа–планирование как основа достижения максимальной эффективности системы ИМК. Методы определения эффективности рекламной кампании |

## 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;

индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

## 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:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **использование****ЭО и ДОТ** | **использование ЭО и ДОТ** | **объем, час** | **включение в учебный процесс** |
| смешанное обучение | лекции |  | в соответствии с расписанием учебных занятий  |
| практические занятия |  |

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

## 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**  |
| **универсальной(-ых)** **компетенции(-й)** | **общепрофессиональной(-ых) компетенций** | **профессиональной(-ых)****компетенции(-й)** |
| УК-4:ИД-УК-4.3 |  | ПК-4:ИД-ПК-4.1ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.3 |
| высокий |  | отлично | Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)Применяет на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках |  | Участвует в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийОсуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегииИспользует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюОрганизует внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| повышенный |  | хорошо | Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)Не применяет на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках |  | Не участвует в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийОсуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегииНе использует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюОрганизует внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| базовый |  | удовлетворительно | Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах), но допускает ошибкиНе применяет на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках |  | Не участвует в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийОсуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, но допускает ошибкиНе использует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюОрганизует внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, но допускает ошибки |
| низкий |  | неудовлетворительно | Обучающийся:Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестацииИспытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмамиНе владеет принципами планирования и организации рекламной, затрудняется назвать основные рекламные средстваВыполняет задания только по образцу и под руководством преподавателяОтвет отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы |

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

* + - 1. При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Коммерческая реклама» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине*,* указанных в разделе 2 настоящей программы.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий**
 |
| --- | --- | --- |
| 1 | Собеседование по разделу/теме «Методологические основы коммерческой рекламы» | 1. Этапы развития инновационной рекламы. Исторические закономерности развития инноваций в рекламе 2. Виды инновационной рекламы, их особенности 3. Функции инновационной рекламы, ее проявления 4. Формы инновационной рекламы 5. Сущность понятия «инновация», «инновационная реклама» 6. Преимущества и недостатки инновационных рекламоносителей с точки зрения рекламодателя 7. Преимущества и недостатки инновационной рекламы с точки зрения потребителей рекламной информации 8. Функции инновационной рекламы. Роль инновационной рекламы в жизнедеятельности человека и общества в целом 9. Функции инновационных рекламоносителей 10. Современная концепция инновационной рекламы. Исторические этапы развития концепции  |
| 2 | Самостоятельная работапо разделу/теме «Методологические основы коммерческой рекламы» | Самостоятельная работа №1Проведите контент-анализ отечественных и зарубежных источников по вопросам инноваций в рекламе. Проанализируйте и выделите основные тенденции в развитии современной рекламы. Результаты представьте в форме выступления на 5-7 минут.Самостоятельная работа №2Из истории рекламы и PR выделите изобретения, и новшества разных периодов времени, которые когда-то можно было назвать «инновациями». Результаты самостоятельной работы представьте в виде обобщенного рассказа в форме выступления на 7-10 минутСамостоятельная работа №3Изучите доступные источники по вопросу о программатик рекламе. Выделите особенности и инновационные составляющие в указанном феномене. Объясните принцип работы данной платформы. Результаты самостоятельной работы представьте в виде доклада. |
| 3 | Тестирование по разделу/теме «Планирование коммерческой рекламы» | 1. Для научно-технического прогресса в настоящее время характерно:A) Отсутствие стратегии развития инновационного менеджмента.B) Увеличение численности молодых ученых.C) Внедрение новых технологий.D) Однотипность.E) Рост объема затрат на науку.2. К какой классификации относятся технопарки:A) Классификация, основанная на структуре управления.B) Классификация производственных площадей.C) Равномерная классификация.D) Типовая классификация.E) Технологическая классификация.3. Международными организациями, непосредственно занимающимися инновационным менеджментом, являются:A) Руководство Фраскатии.B) Руководства Осло.C) Международная организация по стандартизации.D) Киотская конференция.E) Инновационный фонд.4. Международный документ, в котором содержатся основные понятия, относящиеся к научным исследованиям и разработкам, их состав и границы методика измерения численности персонала занятого исследованиями и разработками и др:A) Документы Международной патентной классификации (МПК).B) Документы Международной организации по стандартизации (ИСО).C) Руководство Фраскатии.D) Руководство Осло.E) Документы ЮНЕСКО.5. Международный документ, в котором содержится методика сбора данных технологических инновациях:A) Руководство Фраскатии.B) Руководство Осло.C) Документы ЮНЕСКО.D) Патентные организации.E) Киотская конференция. |
| 4 | Доклад по разделу/теме «Планирование коммерческой рекламы» | 1 Основные инновации в Древней Греции2 Новшества Древнего Рима3 Изобретения и технологические прорывы в Древнем Китае4 Новшества развитого Средневековья5 Значимые изобретения на Руси6 «Смена курса» в рекламе и PR в период Первой и Второй Мировой войны7 Инновации в рекламе в начале 20 века8 Этапы развития рекламы в России и в мире9 Основные инновации в технологической сфере за 19-20 века10 Развитие технологий в 21 веке11 Реклама в 21 веке: инновации и тенденции12 Креативное мышление как способ изобретения нового13 Новейшие подходы к пониманию рекламы14 Метод 6-шляп для творческого решения проблем15 Метод фокальных объектов для создания креативных идей и проектов |
| 5 | Творческое задание по разделу/теме «Планирование коммерческой рекламы» | Творческое задание №1Разработайте инновационное решение для размещения рекламы одного из следующих товаров:1 туалетная бумага2 подушка анти-стресс3 постельное бельё-раскраска4 галстук - подушка5 подсветка для унитаза6 чашка7 мыло8 копилкаТворческое задание №2С помощью одного из методов креативного мышления продумайте не стандартные сценарии рекламы какого-либо объекта (на усмотрение студента)Творческое задание №3В рамках повседневной жизни и бытовых дел, выявите то, чего лично Вам не хватает, что доставляет неудобства и что нуждается в совершенствовании. Продумайте как именно можно исправить выделенные недостатки повседневной жизни. Приведите пример товаров или услуг, которые могли бы исправить сложившуюся ситуацию. Составьте сценарий рекламного ролика для нового товара и/или услуги. |

## 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, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. |  | 4 |
| 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 вопросам контрольной работы, 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 |
| Тест | 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.В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения.В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.Правила оценки всего теста:общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту. Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. «2» - равно или менее 40%«3» - 41% - 64%«4» - 65% - 84%«5» - 85% - 100% |  | 5 | 85% - 100% |
|  | 4 | 65% - 84% |
|  | 3 | 41% - 64% |
|  | 2 | 40% и менее 40% |
| Самостоятельная работа | 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, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. |  | 4 |
| 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 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 |
| 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. |  |
| Творческое задание | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. |  | 5 |
| Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); |  | 4 |
| Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |  | 3 |
| Обучающийся (член рабочей группы), не принимал участие в работе группы.Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. |  | 2 |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы****для проведения промежуточной аттестации:** |
| Зачет – в устной форме по списку вопросов | 1. Отличие коммерческой рекламы и некоммерческой.
2. Основные функции коммерческой рекламы.
3. Задачи, которые выполняет коммерческая реклама.
4. Безличность коммерческой рекламы.
5. Тактики коммерческой рекламы.
6. Определения рекламы с точки зрения разных подходов к пониманию рекламы.
7. Классификация отдельных типов и видов рекламы.
8. Заказчики коммерческой рекламы.
9. Основные типы коммерческой рекламы.
10. Реклама как тип социальных коммуникаций.
11. Социально-психологические основы рекламы.
12. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.
13. Фирменный стиль и его элементы.
14. Роль рекламы в позиционировании.
15. Понятие рекламного обращения, этапы и технологии его разработки.
 |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** |
| --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Зачет:устный опрос | Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. |  | зачтено |
| Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. |  | не зачтено |

## 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 |
| - самостоятельная работа |  | 2 – 5 |
|  - тестирование |  | 2 – 5 |
|  - доклад |  | 2 – 5 |
|  - творческое задание |  | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация курсовая работаэкзамен |  | отличнохорошоудовлетворительнонеудовлетворительно |
| **Итого за семестр**экзамен  |  | отличнохорошоудовлетворительнонеудовлетворительно |

* + - 1. 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 | отличнозачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошозачтено (хорошо) |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительнозачтено (удовлетворительно) |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. 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.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
			2. Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются 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.
			2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
			3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
			4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
			5. 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.).
			6. 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.
			7. 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.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
			2. 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.** |
| --- | --- |
| **115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус6** |
| Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для 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»
 |

* + - 1. 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 | 640х480, 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.

# 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 |
| **9.1 Основная литература, в том числе электронные издания** |  |  |
| 1 | Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. | Реклама и связи с общественностью  | Учебник для бакалавров | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-425190 | *-* |
| 2 | Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. | Реклама и связи с общественностью: Введение в специальность.  | Учебник для бакалавров | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie-v-specialnost-425876 | *-* |
| 3 | Карпова С. В. | Рекламное дело 2-е изд., пер. и доп.  | Учебник и практикум для СПО | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklamnoe-delo-426405 | *-* |
| 4 | Федотова Л. Н. | Реклама: Теория и практика.  | Учебник для академического бакалавриата | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-433005 | - |
| **9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания**  |  |  |
| 1 | Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М.  | Основы информационных технологий в рекламе | Учебное пособие для студентов вузов | М.:ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | http://znanium.com/catalog/product/881392 | *-* |
| 2 | Овчинникова Р.Ю.; Под ред. Дмитриева Л.М.  | Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования | Учебное пособие для студентов вузов | М.:ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | <http://znanium.com/catalog/product/872607> | *-* |
| 4 | Литвина Т. В. | Дизайн новых медиа | Учебник | М. : Издательство Юрайт | 2018 | www.biblio-online.ru/book/2CA11E48-ABD3-48CD-8040-BF0142B1C76F | *-* |
| 5 | Мясникова М. А.  | Практика профессионального медиаобразования | Учебное пособие | М. : Издательство Юрайт | 2018 | www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F | *-* |
| **9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению практики авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)** |
| 1 | Карпова Е.Г., Кащеев О.В., Усик С.П. | Реклама и связи с общественностью. Учебно-методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ | Учебно-методическое пособие | М.: МГУДТ, 2022 | 2022 | ИСИ | 10 |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»<http://znanium.com/>  |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |
|  | ЭБС ЮРАЙТ» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) |
|  | ООО «ИВИС» http://dlib.eastview. com/ . |
|  | **Профессиональные базы данных, информационные справочные системы** |
|  | Web of Science <http://webofknowledge.com/> |
|  | Scopus http://www. Scopus.com/ |
|  | Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/ |
|  | «SpringerNature» http://www.springernature.com/gp/librariansПлатформа Springer Link: https://rd.springer.com/Платформа Nature: https://www.nature.com/База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/База данных zbMath: https://zbmath.org/База данных Nano: http://nano.nature.com/ |

## Перечень программного обеспечения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Программное обеспечение** | **Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | 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:

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