

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.06.2025 11:35:05
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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

Институт	Магистратура
Кафедра	Социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг и медиа-стратегии

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Профиль	Брендинг и дизайн-мышление
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг и медиа-стратегии» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 06.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы «Маркетинг и медиа-стратегии»

к.иск., доцент Л.К. Козырева

Заведующий кафедрой: Е.В. Мореева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Маркетинг и медиа-стратегии» изучается в третьем Модуле третьего семестра.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинг и медиа-стратегии» относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предыдущему уровню образования в части сформированности универсальных компетенций, а также общепрофессиональных компетенций, в случае совпадения направлений подготовки предыдущего и текущего уровня образования.

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

- Производственная практика. НИР 4
- Производственная практика преддипломная практика
- НТС (Зачеты с оценкой по модулю "Модуль 4")
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Маркетинг и медиа-стратегии» являются:

- приобретение знаний в области современных тенденции, принципов маркетинговых исследований, технологий smm-продвижения;
- формирование навыков анализа потребностей рынка и целевой аудитории;
- формирование навыков синтеза набора возможных решений и подходов для создания новых дизайн-продуктов и элементов бренд-дизайна;
- формирование навыков обоснования своих предложений по реализации дизайн-проектов и медиа-стратегий продвижения брендов.

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
ОПК-4 Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать	ИД-ОПК-4.2 Проявление творческой инициативы и профессиональной ответственности	Обучающийся: - активно проявляет творческую инициативу и профессиональную ответственность, - способен осуществлять педагогическую деятельность

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу		по программам профессионального образования и дополнительного профессионального образования в области дизайна,
ОПК-5 Способен осуществлять педагогическую деятельность по программам профессионального образования и дополнительного профессионального образования	ИД-ОПК-5.2 Осуществление педагогической деятельности по программам профессионального образования и дополнительного профессионального образования	- умеет определять целевую аудиторию, анализировать потребности и предпочтения, знает основы маркетинга,
ПК-1 Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования	ИД-ПК-1.2 Определение целевой аудитории, анализ потребностей и предпочтений, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации.	- использует компьютерную технику и программное обеспечение, необходимые для выполнения работ по проектированию объектов графического дизайна
ПК-3 Способен разрабатывать концептуальные и художественно-технические дизайн-проекты систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ИД-ПК-3.4 Использование компьютерной техники и программного обеспечения, необходимых для выполнения работ по проектированию объектов графического дизайна различной сложности	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

Очная форма 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/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося,	промежуточная аттестация, час
3 семестр	экзамен	128	18			36		50	24
Всего:	экзамен	128	18			36		50	24

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по р аздам 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						
ОПК-4 ИД-ОПК-4.2 ОПК-5 ИД-ОПК-5.2	Лекция 1 Основные понятия и подходы в маркетинге.	3				1	Контроль посещаемости.
ПК-1 ИД-ПК-1.2	Лекция 2. Анализ рынка	3				1	Контроль посещаемости.
ОПК-4 ИД-ОПК-4.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Лекция 3. Разработка бренда и стратегии его продвижения на русском рынке.	3				1	Контроль посещаемости.
ПК-1 ИД-ПК-1.2	Лекция 4 Целевая аудитория. Принципы проведения глубинного интервью	3				1	Контроль посещаемости. Проверочная работа на Практическом занятии
ОПК-4 ИД-ОПК-4.2	Лекция 5 Маркетинг в социальных сетях	3				1	Контроль посещаемости. Проверочная работа на Практическом занятии.
ПК-1 ИД-ПК-1.2	Лекция 6. SWOT-анализ. Контент-план.	3				1	Контроль посещаемости. Проверочная работа на Практическом занятии
ПК-1 ИД-ПК-1.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Практическое занятие 1 Анализ рынка и современных трендов		4			4	Устная Дискуссия 1 Основные понятия и подходы в маркетинге. Изучение потребностей целевой аудитории и анализ рынка по выбранной теме.

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		
							Запросить 5 глубинных интервью (опросить 5 человек).
ПК-1 ИД-ПК-1.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Практическое занятие 2 Аудит продукта		4			4	Устная Дискуссия 2 Анализ рынка. Проверка Домашнего задания 1 Аудит продукта: анализ конкурентов, каналы продаж, работа персонала, присутствие в интернете, как клиент вас находит, слабые/сильные стороны, чем отличаемся от конкурентов, название/лого/фирмстиль, восприятие клиентами, каналы продвижения
ПК-1 ИД-ПК-1.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Практическое занятие 3 Анализ целевой аудитории		4			4	Устная Дискуссия 3 Разработка бренда и стратегии его продвижения на российском рынке. Проверка Домашнего задания 2 Сегментирование целевой аудитории: наблюдения, опросы, глубинное интервью

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		
ОПК-4 ИД-ОПК-4.2 ОПК-5 ИД-ОПК-5.2	Практическое занятие 4 Проектирование личного бренда		4			4	Устная Дискуссия 4 Целевая аудитория. Принципы проведения глубинного интервью Проверка Домашнего задания 3 Описательная и графическая концепция: идея, выбор стиля, шрифта, цветовой гаммы, изображений
ОПК-5 ИД-ОПК-5.2 ПК-1 ИД-ПК-1.2	Практическое занятие 5 Анализ трендов		4			4	Устная Дискуссия 5 Маркетинг в социальных сетях. Проверка Домашнего задания 4 Сильные стороны личного бренда.
ОПК-5 ИД-ОПК-5.2 ПК-1 ИД-ПК-1.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Практическое занятие 6 Проведение SWOT-анализа личного бренда. Составление контент-плана.		4		1	4	Лекция 6 SWOT-анализ. Контент-план. Проверка Домашнего задания 5 Анализ трендов: презентация 5-7 слайдов.
ОПК-5 ИД-ОПК-5.2	Практическое занятие 7 Постановка целей по технике SMART		4		1	4	Защита Домашнего задания 6 Проведение SWOT-анализа личного

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		
							бренда. Составление контент-плана.
ОПК-4 ИД-ОПК-4.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Практическое занятие 8 Оформление личного творческого профиля в социальных сетях.		4		1	4	Защита Домашнего задания 7 Постановка целей по технике SMART
ОПК-4 ИД-ОПК-4.2 ОПК-5 ИД-ОПК-5.2 ПК-1 ИД-ПК-1.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4	Практическое занятие 9 Создание концепции продвижения личного бренда.		4		1	4	Защита Домашнего задания 8 Оформление личного творческого профиля в социальных сетях.
	Экзамен	х	х	х	27	8	Экзамен
	ИТОГО за третий семестр - 128	18	36	х	х	50	Экзамен

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
1	Лекция 1 Основные понятия и подходы в маркетинге.	Лекция 1. Основные понятия и подходы в маркетинге. Задачи маркетинга: - исследование, анализ, - оценка потребностей реальных и потенциальных покупателей; - помощь маркетинга в разработке нового товара (услуги); - обеспечение сервисного обслуживания; маркетинговые коммуникации; исследование, анализ, оценка и прогнозирование - состояния реальных и потенциальных рынков; - исследование деятельности конкурентов. Принцип 7 «П»: 1. Продукт 2. Персонаж 3. Персонал 4. Прайс 5. Продвижение 6. Процессы бизнеса 7. Плейс
2	Лекция 2. Анализ рынка	Лекция 2. Принципы анализа: - Конкуренты прямые и косвенные - Запросы клиентов: слабые и сильные стороны - Тренды - Особенности потребления
3	Лекция 3. Разработка бренда и стратегии его продвижения на российском рынке.	Лекция 3. Разработка бренда и стратегии его продвижения на российском рынке. Анализ конкурентов, количественные и качественные исследования. Анализ UX/UI, стресс-анализ вашей бизнес-модели. Сегментация рынка, поиск свободных ниш, анализ факторов риска. Разработка маркетинговой и коммуникационной стратегий.
4	Лекция 4 Целевая аудитория. Принципы проведения глубинного интервью	Лекция 4. Глубинное интервью. Виды: фокусированное и нефокусированное интервью. Этапы проведения: 1. Подготовка сценария 2. Выбор тайминга 3. Выбор площадки 4. Поиск респондентов 5. Правила сбора информации 6. Промежуточные итоги 7. Анализ результатов Формулировка позиционирования.
5	Лекция 5 Маркетинг в социальных сетях	Лекция 5. Постановка целей по технике SMART. Задачи SMM: - Увеличение посещаемости сайта. - Информирование о скидках и новинках. - Появление в поисковой выдаче. - Расширение целевой аудитории, повышение узнаваемости бренда. - Популяризация взглядов и ценностей компании. - Улучшение репутации, создание желаемого образа в глазах потребителя. - Работа с негативом. - Сбор отзывов о продукте и о самой компании.
6	Лекция 6.	Лекция 6. Виды SWOT-анализа:

	SWOT-анализ. Контент-план.	1. Экспресс – применяется повсеместно в бизнесе для выявления сильных сторон. 2. Сводный – оперирует основными показателями деятельности компании на конкретный момент времени и на будущий период. Недостаток – сложность проведения. 3. Смешанный SWOT-анализ – это вариант, в котором используются характеристики экспресс и сводного типа. Плюс в глубине проработки. В состав типового контент-плана могут быть включены следующие данные: дни недели и даты, очное время или временной диапазон, темы и форматы материалов, заголовки публикаций, названия прикрепленных файлов (графика, видео, тексты, аудио и т.п.), идеи для публикаций / оставленные «на потом» материалы, SEO-теги – title, description, keywords, в случае с ВК – хештеги.
	Практические занятия	
1	Практическое занятие 1 Анализ рынка и современных трендов	Устная Дискуссия 1 Основные понятия и подходы в маркетинге. Изучение потребностей целевой аудитории и анализ рынка по выбранной теме. Запросить 5 глубинных интервью (опросить 5 человек).
2	Практическое занятие 2 Аудит продукта	Устная Дискуссия 2 Анализ рынка. Проверка Домашнего задания 1 Аудит продукта: анализ конкурентов, каналы продаж, работа персонала, присутствие в интернете, как клиент вас находит, слабые/сильные стороны, чем отличаемся от конкурентов, название/лого/фирмстиль, восприятие клиентами, каналы продвижения
3	Практическое занятие 3 Анализ целевой аудитории	Устная Дискуссия 3 Разработка бренда и стратегии его продвижения на российском рынке. Проверка Домашнего задания 2 Сегментирование целевой аудитории: наблюдения, опросы, глубинное интервью
4	Практическое занятие 4 Проектирование личного бренда	Устная Дискуссия 4 Целевая аудитория. Принципы проведения глубинного интервью Проверка Домашнего задания 3 Описательная и графическая концепция: идея, выбор стиля, шрифта, цветовой гаммы, изображений
5	Практическое занятие 5 Анализ трендов	Устная Дискуссия 5 Маркетинг в социальных сетях. Проверка Домашнего задания 4 Сильные стороны личного бренда.
6	Практическое занятие 6 Проведение SWOT-анализа личного бренда. Составление контент-плана.	Лекция 6 SWOT-анализ. Контент-план. Проверка Домашнего задания 5 Анализ трендов: презентация 5-7 слайдов.
7	Практическое занятие 7 Постановка целей по технике SMART	Защита Домашнего задания 6 Проведение SWOT-анализа личного бренда. Составление контент-плана.
8	Практическое занятие 8 Оформление личного творческого профиля в социальных сетях.	Защита Домашнего задания 7 Постановка целей по технике SMART

9	Практическое занятие 9 Создание концепции продвижения личного бренда.	Защита Домашнего задания 8 Оформление личного творческого профиля в социальных сетях.
---	---	---

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

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

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

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

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

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям, экзамену;
- изучение специальной литературы;
- выполнение домашних заданий

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 отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом,
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин профильного/родственного бакалавриата, которые формировали ОПК и ПК, в целях обеспечения преемственности образования (для студентов магистратуры – в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН);

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
---------------------------	------------------------	---------------	--------------------------------

смешанное обучение	лекции	18	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	36	

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

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	обще профессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
				ОПК-4 ИД-ОПК-4.2 ОПК-5 ИД-ОПК-5.2	ПК-1 ИД-ПК-1.2 ПК-3 ИД-ПК-3.4
высокий		отлично		Обучающийся - активно проявляет творческую инициативу и профессиональную ответственность, - способен осуществлять педагогическую деятельность по программам профессионального образования и дополнительного профессионального образования в области дизайна,	Обучающийся - учитывает предпочтения целевой аудитории с точки зрения современных трендов; - владеет навыками демонстрации дизайн-проектов заказчику, в том числе, на выставках и конкурсах, с учетом современных маркетинговых технологий;
повышенный		хорошо	–	Обучающийся - проявляет творческую инициативу и профессиональную ответственность, - способен осуществлять педагогическую деятельность по программам профессионального образования и дополнительного профессионального образования в области дизайна на хорошем профессиональном уровне.	Обучающийся - частично учитывает предпочтения целевой аудитории с точки зрения современных трендов; - на достаточном уровне владеет навыками демонстрации дизайн-проектов заказчику, в том числе на выставках, и выставках-конкурсах, с учетом современных маркетинговых технологий
базовый		удовлетворительно	–	Обучающийся - редко проявляет творческую инициативу и профессиональную ответственность,	Обучающийся

				- не способен осуществлять педагогическую деятельность по программам профессионального образования и дополнительного профессионального образования в области дизайна на хорошем профессиональном уровне.	- не учитывает предпочтения целевой аудитории с точки зрения современных трендов; - на среднем уровне владеет навыками демонстрации дизайн-проектов заказчику, в том числе на выставках, и выставках-конкурсах, с учетом современных маркетинговых технологий
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; – не способен проанализировать причинно- следственные связи и закономерности; – выполняет задания шаблона, без проявления творческой инициативы – 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 «Маркетинг и медиа-стратегии» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

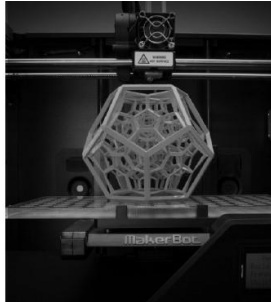
5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Устная Дискуссия 1	Основные понятия и подходы в маркетинге. Изучение потребностей целевой аудитории и анализ рынка по выбранной теме. Запросить 5 глубинных интервью (опросить 5 человек). Вопросы для подготовки к Дискуссии 1

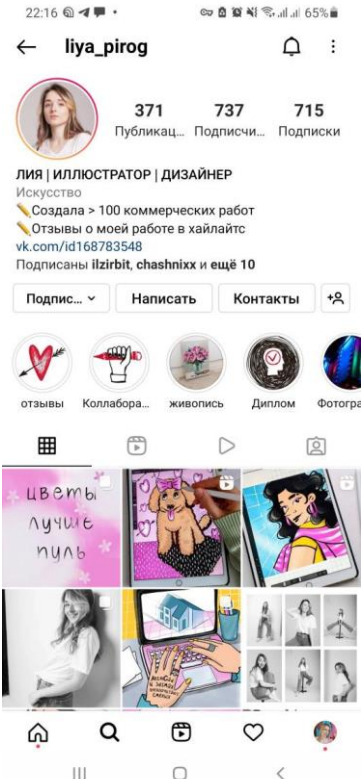
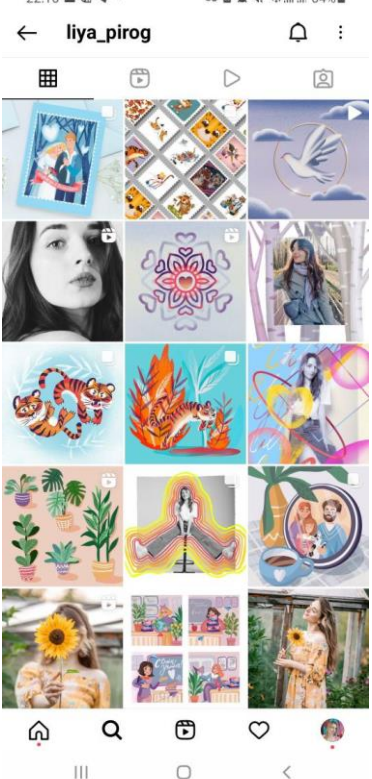
№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
2	Устная Дискуссия 2	Анализ рынка: Этап 1 Определить цели и основные задачи анализа рынка Этап 2 Составить последовательный план маркетингового анализа рынка Этап 3 Определить возможные сроки и максимальный бюджет на анализ рынка Этап 4 Определить методы анализа рынка и источники получения информации по рынку Этап 5 Провести необходимые маркетинговые исследования рынка товаров или услуг Этап 6 Подготовить наглядный анализ всей собранной информацией с выводами Этап 7 Составить сводный отчет по анализу рынка Этап 8 По необходимости подготовить презентацию по проведенному маркетинговому анализу рынка
3	Устная Дискуссия 3	Разработка бренда и стратегии его продвижения на российском рынке. Основные элементы для продвижения компании, товаров и услуг. К ним относятся: - портрет целевой аудитории, - список рекламных каналов, - сильные стороны продукта, - описание программы лояльности.
4	Устная Дискуссия 4	Целевая аудитория. Принципы проведения глубинного интервью. Преимущества глубинного интервью: 1. Позволяет получить от респондента уникальную информацию. Это возможно благодаря доверительным отношениям, которые складываются между собеседниками. 2. Исключено влияние на респондента других людей. Глубинное интервью проводится один на один, поэтому респондент говорит то, что думает сам, без учёта чужого мнения, как это часто бывает в фокус-группах. 3. Помогает избежать дискомфорта, который будет испытывать респондент при групповой работе. Если вы продаёте специфические лекарства или оказываете особые медицинские услуги. Доверительная беседа тет-а-тет поможет получить ответы на неудобные вопросы. 4. Позволяет изучить особенности аудитории на старте проекта. Глубинное интервью на старте поможет не допустить ошибок при запуске и заранее учесть все возможные проблемы.
5	Устная Дискуссия 5	Маркетинг в социальных сетях. <i>Типы контента:</i> - развлекательный; - образовательный; - пользовательский;

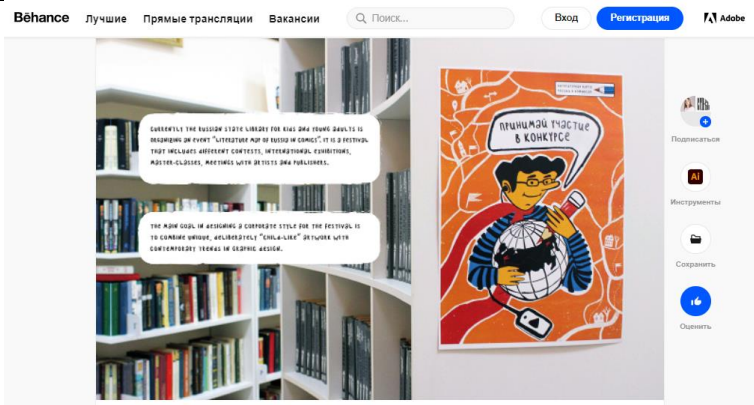
№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		- коммерческий; - новостной. <i>Методы SMM-продвижения:</i> - Таргетированная реклама - Реклама в сообществах или аккаунтах - Конкурсы - SEO - Взаимодействие с пользователями
6	Домашнее задание 1	Домашнее задание 1 (Аудит продукта: анализ конкурентов, каналы продаж, работа персонала, присутствие в интернете, как клиент вас находит, слабые/сильные стороны, чем отличаемся от конкурентов, название/лого/фирмстиль, восприятие клиентами, каналы продвижения. Обзор 1 – 5 страниц) <i>headline</i> Потребности Определенный спектр услуг Получить желаемую печать как в макете Срочная печать без очередей Удобное территориальное расположение Окрасить время ожидания Чай, кофе Комфортном помещении с нормальной логистикой Отдельной кассе для выдачи заказов. Потребность заботиться об экологии  • Свойства продукта • Главная ценность: Комфортабельная в использовании модель наушников, которая позволит не только выделиться благодаря разнообразию съемных аксессуаров, но и позволит избавиться от проблемы марания амбушюр, в случае их износа, заменить их без особых проблем. Также в них присутствует настраиваемая подсветка и возможность цеплять маску на наушники, что позволит не снимать ее туда-сюда. Основная ценность: Долговечность наушников, благодаря возможности смены самых изнашиваемых деталей. Возможность выделиться среди соотечественников и нанесения индивидуальных знаков отличия на боковую часть наушников. Назначение: Элемент демонстративного потребления
7	Домашнее задание 2	Домашнее задание 2 (Сегментирование целевой аудитории: наблюдения, опросы, глубинное интервью) (Краткий обзор 2 – 3 страницы)

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		тренд (цифровая печать, современный дизайн, интегрированные кампании, искусство и культура, реклама...) (Constructivism _Typography _propaganda...) Сегменты ЦА Для физических и юридических лиц, работающих в данной сфере, которым необходима данная услуга. Обратитесь к местным традиционным типографиям. В нашем престижном заведении с творческими и практическими работами мы работаем на современном оборудовании, которое экономит время заказчика, сохраняя при этом качество и элегантность работы.
8	Домашнее задание 3	Домашнее задание 3 (Выбор темы на проектирование. Описательная и графическая концепция: идея, выбор стиля, шрифта, цветовой гаммы, изображений) Дизайн-проект Описательная концепция Уникальный стиль рекламы отражает как саму компанию «Ночь музеев», так и проходящую в рамках компании экологическую выставку. В рекламе совмещается ручная графика с фотографией какого-либо объекта (совмещение плоского и объемного). Фон задает образ ночного неба. Иллюстрации представляют собой объекты, ассоциирующиеся с экологической темой. Цветовая гамма состоит из оттенков темно-синего и зеленого цветов, что хорошо отражает образ экологического мероприятия, проходящего в позднее время. Вся необходимая информация написана рукописным шрифтом. Некоторые текстовые блоки размещены в областях, стилизованных под разорванную бумагу (Краткий обзор, 3 – 5 страниц)
9	Домашнее задание 4	Сильные стороны личного бренда.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий																																																																																	
		<table><tr><td></td><td>Сильные стороны</td><td>Слабые стороны</td></tr><tr><td rowspan="2">Возможности</td><td>SO формирование стратегических задач/мер организации, связанные с наступлением на конкурентов и усилением собственной конкурентной позиции</td><td>ST связанные с сохранением собственной конкурентной позиции в условиях неблагоприятной внешней среды</td></tr><tr><td>WO связанные с защитой и усилением собственной конкурентной позиции при благоприятных внешних условиях</td><td>WT связанные с защитой собственной конкурентной позиции</td></tr></table>		Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	SO формирование стратегических задач/мер организации, связанные с наступлением на конкурентов и усилением собственной конкурентной позиции	ST связанные с сохранением собственной конкурентной позиции в условиях неблагоприятной внешней среды	WO связанные с защитой и усилением собственной конкурентной позиции при благоприятных внешних условиях	WT связанные с защитой собственной конкурентной позиции																																																																									
	Сильные стороны	Слабые стороны																																																																																	
Возможности	SO формирование стратегических задач/мер организации, связанные с наступлением на конкурентов и усилением собственной конкурентной позиции	ST связанные с сохранением собственной конкурентной позиции в условиях неблагоприятной внешней среды																																																																																	
	WO связанные с защитой и усилением собственной конкурентной позиции при благоприятных внешних условиях	WT связанные с защитой собственной конкурентной позиции																																																																																	
10	Домашнее задание 5	Анализ трендов: презентация 5-7 слайдов <i>headline</i> Тренды 3D принтер 3D-печать – это медленная революция. Но все же революция, ведь эта технология открывает множество новых возможностей: спасение жизни, создание новых бизнес-моделей, усовершенствование процессов проектирования. Ничто из этого не свершилось за одну ночь. Революционный характер 3D-печати укрепился на протяжении десятилетий, формируясь на основе небольших, но весьма значимых шагов.  <i>headline</i> Тренды Экология Мировой тренд последних лет – зеленый маркетинг: 54% топ-менеджеров со всего мира назвали возможность формировать позитивный имидж компании с помощью экологичного маркетинга. Так, в коллекциях многих модельных домов вместо настоящего меха все чаще используют искусственный, запускаются линии веганской одежды, появляется все больше благотворительных фондов защиты животных. 																																																																																	
11	Домашнее задание 6	Проведение SWOT-анализа личного бренда. Составление контент-плана. <table><tr><td></td><td>Положительные стороны</td><td>Отрицательные стороны</td></tr><tr><td rowspan="2">Внутренние факторы</td><td>Сильные стороны (Strengths) S - Уровень изучения предметной области - Материал информационных материалов - Фонетическая - Задавание четкой информации персоналу сайта </td><td>Слабые стороны (Weaknesses) W - Переходная информация на сайте - Плохое качество сайта - Некорректная информация на сайте - Сложная структура сайта </td></tr><tr><td>Долг. возможности (Opportunities) O - Сильная ссылка - Материал информационных материалов - Простой и удобный поиск на сайте - Мобильная версия сайта - Адаптивные версии сайта </td><td>Угрозы (Threats) T - Низкая востребованность сайта среди пользователей - Низкая информативность предоставляемой информации, представленной на сайте </td></tr></table> <table><tr><td>D53</td><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td></tr><tr><td>Время публикации</td><td>понедельник</td><td>вторник</td><td>среда</td><td>четверг</td><td>пятница</td><td>суббота</td><td>воскресенье</td><td></td></tr><tr><td>8:00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>9:00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>10:00</td><td>юмор</td><td>доброе утро</td><td>юмор</td><td>доброе утро</td><td>юмор</td><td>доброе утро</td><td>доброе утро</td><td></td></tr><tr><td>11:00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>12:00</td><td>полезная информация по вашему роду деятельности</td><td>постоянная рубрика. Связанная с вашим видом деятельности</td><td>полезная информация по вашему роду деятельности</td><td>постоянная рубрика. Связанная с вашим видом деятельности</td><td>полезная информация по вашему роду деятельности</td><td>Общетема: история, притча, фото</td><td>Общетема: история, притча, фото</td><td></td></tr><tr><td>13:00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>			Положительные стороны	Отрицательные стороны	Внутренние факторы	Сильные стороны (Strengths) S - Уровень изучения предметной области - Материал информационных материалов - Фонетическая - Задавание четкой информации персоналу сайта	Слабые стороны (Weaknesses) W - Переходная информация на сайте - Плохое качество сайта - Некорректная информация на сайте - Сложная структура сайта	Долг. возможности (Opportunities) O - Сильная ссылка - Материал информационных материалов - Простой и удобный поиск на сайте - Мобильная версия сайта - Адаптивные версии сайта	Угрозы (Threats) T - Низкая востребованность сайта среди пользователей - Низкая информативность предоставляемой информации, представленной на сайте	D53	A	B	C	D	E	F	G	H	Время публикации	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье		8:00									9:00									10:00	юмор	доброе утро	юмор	доброе утро	юмор	доброе утро	доброе утро		11:00									12:00	полезная информация по вашему роду деятельности	постоянная рубрика. Связанная с вашим видом деятельности	полезная информация по вашему роду деятельности	постоянная рубрика. Связанная с вашим видом деятельности	полезная информация по вашему роду деятельности	Общетема: история, притча, фото	Общетема: история, притча, фото		13:00								
	Положительные стороны	Отрицательные стороны																																																																																	
Внутренние факторы	Сильные стороны (Strengths) S - Уровень изучения предметной области - Материал информационных материалов - Фонетическая - Задавание четкой информации персоналу сайта	Слабые стороны (Weaknesses) W - Переходная информация на сайте - Плохое качество сайта - Некорректная информация на сайте - Сложная структура сайта																																																																																	
	Долг. возможности (Opportunities) O - Сильная ссылка - Материал информационных материалов - Простой и удобный поиск на сайте - Мобильная версия сайта - Адаптивные версии сайта	Угрозы (Threats) T - Низкая востребованность сайта среди пользователей - Низкая информативность предоставляемой информации, представленной на сайте																																																																																	
D53	A	B	C	D	E	F	G	H																																																																											
Время публикации	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье																																																																												
8:00																																																																																			
9:00																																																																																			
10:00	юмор	доброе утро	юмор	доброе утро	юмор	доброе утро	доброе утро																																																																												
11:00																																																																																			
12:00	полезная информация по вашему роду деятельности	постоянная рубрика. Связанная с вашим видом деятельности	полезная информация по вашему роду деятельности	постоянная рубрика. Связанная с вашим видом деятельности	полезная информация по вашему роду деятельности	Общетема: история, притча, фото	Общетема: история, притча, фото																																																																												
13:00																																																																																			
12	Домашнее задание 7	Постановка целей по технике SMART																																																																																	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		▪ Каких результатов и в каких сферах мне нужно достичь? ▪ Каковы качественные характеристики ожидаемых результатов? ▪ Каких количественных результатов мне нужно достичь? ▪ Что даст возможность судить о достижении цели (контрольные показатели или критерии достижения цели)? ▪ Как корректно перевести качественные цели в количественные? ▪ Смогу ли я достичь поставленной цели исходя из условий внешней среды и имеющегося ресурсного потенциала? ▪ Что дополнительно потребуется для достижения цели? ▪ Кто может мне помочь в достижении целей? ▪ Какая мне нужна поддерживающая среда? ▪ Является ли данная цель важной для меня? ▪ Как эта цель стыкуется с моими другими личными и профессиональными целями и ролями? ▪ Как эта цель соотносится с целями моей компании? ▪ Когда (к какому моменту) мне нужно достичь поставленной цели? ▪ На какие временные этапы может быть разделено достижение цели с выделением подцелей?

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий				
13	Домашнее задание 8	Оформление личного творческого профиля в социальных сетях 				

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Домашние задания (в виде Презентации)	Обучающийся, в процессе доклада по Презентации продемонстрировал глубокие знания поставленной в ней проблемы, раскрыл ее сущность, слайды были выстроены логически последовательно, содержательно, приведенные иллюстрационные материалы поддерживали текстовый контент, презентация имела «цитату стиля», была оформлена с учетом четких композиционных и цветовых решений. При изложении материала студент продемонстрировал грамотное владение терминологией, ответы на все вопросы были четкими, правильными, лаконичными и конкретными.		5
	Обучающийся, в процессе доклада по Презентации, продемонстрировал знания поставленной в ней проблемы, слайды были выстроены логически последовательно, но не в полной мере отражали содержание заголовков, приведенные иллюстрационные материалы не во всех случаях поддерживали текстовый контент,		4

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	презентация не имела ярко выраженной идентификации с точки зрения единства оформления. При изложении материала студент не всегда корректно употреблял терминологию, отвечая на все вопросы, студент не всегда четко формулировал свою мысль.		
	Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывал суть проблем. Презентация была оформлена небрежно, иллюстрации не отражали текстовый контент слайдов.		3
	Обучающийся не выполнил задания		2
Письменные Домашние задания (краткий обзор)	Обучающийся выполнил задание в срок. В обзоре четко отражена затрагиваемая проблематика. Обзор написан лаконично, при этом содержательно. При описании грамотно использована профессиональная лексика и терминология.		5
	Обучающийся выполнил задание в срок. В обзоре не совсем четко отражена затрагиваемая проблематика. Обзор написан лаконично. При описании использована профессиональная лексика и терминология, но допущено ряд неточностей		4
	Обучающийся выполнил задание с нарушением срока сдачи. В обзоре не четко отражена затрагиваемая проблематика. Обзор написан пространно. При описании использована профессиональная лексика и терминология, но при этом допущены серьезные ошибки		3
	Задание не выполнено		2
Устная дискуссия	Обучающийся активно участвует в дискуссии по заданной теме. В ходе комментариев и ответов на вопросы опирается на знания лекционного материала и знания из дополнительных источников. Использует грамотно профессиональную лексику и терминологию. Убедительно отстаивает свою точку зрения. Проявляет мотивацию и заинтересованность к работе.		5
	Обучающийся участвует в дискуссии по заданной теме, но в ходе комментариев и ответов на вопросы опирается в большей степени на остаточные знания и		4

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	собственную интуицию. Использует профессиональную лексику и терминологию, но допускает неточности в формулировках.		
	Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывает суть в ответах и комментариях		3
	Обучающийся не участвует в дискуссии и уклоняется от ответов на вопросы.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен	Экзамен включает в себя: -защиту всех Домашних заданий, как единого целого, включающего три кратких письменных обзора Домашнее задание 1 (Аудит продукта: анализ конкурентов, каналы продаж, работа персонала, присутствие в интернете, как клиент вас находит, слабые/сильные стороны, чем отличаемся от конкурентов, название/лого/фирмстиль, восприятие клиентами, каналы продвижения – презентация 5-7 слайдов); Домашнее задание 2 (Сегментирование целевой аудитории: наблюдения, опросы, глубинное интервью); Домашнее задание 3 (Описательная и графическая концепция: идея, выбор стиля, шрифта, цветовой гаммы, изображений); Домашнее задание 4 (Сильные стороны личного бренда); Домашнее задание 5 (Анализ трендов: презентация 5-7 слайдов); Домашнее задание 6 (Проведение SWOT-анализа личного бренда. Составление контент-плана. 3-5 стр. А4); Домашнее задание 7 (Постановка целей по технике SMART, презентация 5 слайдов); Домашнее задание 8 (Оформление личного творческого профиля в социальных сетях. Презентация 10-25 слайдов). Дополнительные устные вопросы: 1. Определение маркетинга и его роли в современном обществе. 2. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.

	3. Цели системы маркетинга. 4. Этапы процесса управления маркетингом. 5. Выявление новых рынков с помощью сетки развития товара и рынка 6. Позиционирование товара на рынке 7. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие. 8. Система маркетинговой информации. 9. Этапы проведения маркетингового исследования. 10. Выбор целей маркетингового исследования.
--	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины/модуля:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен	Обучающийся: – демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.		5
	Обучающийся:		4

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.		
	Обучающийся: – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. 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.		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- Домашнее задание в виде Презентаций		2 – 5
- Домашнее задание в виде кратких письменных обзоров		2 – 5
Участие в устных дискуссиях		2 – 5
Промежуточная аттестация (экзамен)		отлично хорошо
Итого за семестр экзамен		удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- групповые дискуссии;
- преподавание дисциплины на основе результатов научных исследований
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях презентаций, видеоматериалов и наглядных пособий.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также в занятиях лекционного типа, поскольку они предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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

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

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

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

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

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

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

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО.

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

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.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1, строение 3, ауд. 3310	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – экран, – стационарные компьютеры в количестве 10 шт.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1, строение 3, ауд. 3316	
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – экран.

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.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1	
читальный зал библиотеки	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

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

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/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 программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/УЧЕБНОГО МОДУЛЯ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Веселова Ю.В., Семенов О.Г	Графический дизайн рекламы. Плакат	Учебное пособие	Новосиб. : НГТУ	2012	http://znanium.com/catalog/product/556602	-
2	Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.	Маркетинг PR и рекламы	Учебник	М. : ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://znanium.com/bookread2.php?book=872836	-
3	Милинчук Е.С.	SMM-маркетинг	Учебное пособие для вузов	М. : Юрайт	2024	https://urait.ru/bcode/533003	-
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Смиренный И.Н., Орехов Н.Н., Кухарский В.В.	Словарь терминов дизайнера упаковки	Словарь	М.: ФГОУ СПО "МИПК им. И.Федорова"	2016	http://znanium.com/catalog/product/792407	-
2	Романычева Э.Т.	Дизайн и реклама. Компьютерные технологии	Справочное и практическое руководство	М.: ДМК Пресс	2006		1
3	Н.В. Антонова, О.И. Патоша.	Психология потребительского поведения, рекламы и PR	Учебное пособие	М. : Научно-издательский центр ИНФРА-М	2016	http://znanium.com/catalog/product/543751	-
4	Павловская Е.Э.	Графический дизайн. современные концепции	Учебное пособие	М. : Юрайт	2018	https://www.biblio-online.ru/viewer/graficheskiy-dizayn-sovremennye-koncepcii-416124#page/2	-

5	Жильцова О.Н.	Рекламная деятельность	Учебник для вузов	М. : Юрайт	2024	https://urait.ru/bcode/555988	-
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Николаева Л.Н., Гусарова А.С.	Методические указания для проведения практических занятий по дисциплине «Маркетинг»	Методические указания	М.:МГУДТ	2013	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461461 ; локальная сеть университета	5
2	Николаева Л.Н., Шальмиева Д.Б.	Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг»	Методические указания	М.:МГУДТ	2011	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461501	5
3	Ковалева М.Н.	Требования к оформлению отчета об учебно-исследовательской работе	Методические указания	Утверждено на заседании кафедры протокол № 3 от 02.02.18г.	2018	ЭИОС	15
4	Лукичёва Т.А.	Маркетинг	Учебник и практикум для вузов	М. : Юрайт	2024	https://urait.ru/bcode/536534	-

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Период	Номер и дата договора	Предмет договора	Партнер по договору	Ссылка на электронный ресурс	Срок действия договора
1.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	Действует по 30.06.2023 г.
2.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1948 от 29.12.2022	О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Materials: https://materials.springer.com/	Действует по 29.12.2023 г.
3.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1949 от 29.12.2022	О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Nature Protocols and Methods: http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	Действует по 29.12.2023 г.
4.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1955 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РЦНИ	https://www.orbit.com/	Действует по 30.06.2023 г.
5.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1956 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center	РЦНИ	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	Действует по 31.12.2023 г.
6.	2023/2024	Договор № ПЛ-02-4/18-01.22 от 07.02.2023 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 17.02.2024 г.
7.	2022/2023	Договор № 494 эбс от 12.10.2022 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУМ»	https://znanium.com/	Действует до 12.10.2023 г.
8.	2022/2023	Договор № 450-22 Е-44-5 от 05.10.2022 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	https://urait.ru/	Действует до 14.10.2023 г.
9.	2022/2023	Лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO-8076/2022 от 25.05.2022 г.	О предоставлении доступа к информационно-аналитической системе SCIENCE INDEX (включенного в научный информационный	ООО НЭБ	https://www.elibrary.ru/	Действует до 25.05.2023 г.

			ресурс eLIBRARY.RU)			
10.	2022/2023	Договор № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г. Дополнительное соглашение №1 к Договору № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения. О предоставлении доступа к разделам базы данных	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 18.02.2023 г.
11.	2022	РФФИ информационное письмо № 981 от 19.07.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РФФИ	https://www.orbit.com/	Действует с 14.07.2022 г. по 31.12.2022 г.
12.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1105 от 17.08.2022	О предоставлении доступа к базе данных Begell Engineering Research Collection издательства Begell House	РФФИ	https://www.dl.begellhouse.com/collections/6764f0021c05bd10.html	Действует до 31.12.2022 г.
13.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1082 от 11.08.2022	О предоставлении доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/	Действует до 31.12.2022 г.
14.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1045 от 02.08.2022	О предоставлении доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/	Действует до 31.12.2022 г.
15.	2022	РФФИ Информационное письмо № 1065 от 08.08.2022	О предоставлении доступа к электронным научным информационным ресурсам издательства Springer Nature	РФФИ	http://www.springernature.com/gp/librarians База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ https://link.springer.com База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Springer Materials: https://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols and methods: https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	Действует с 01.09.2022 г. по 31.10.2022 г.

16.	2022	РФФИ Информационное письмо № 957 от 08.07.2022	О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center	РФФИ	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	Действует с 01.07.2022 г. по 31.12.2022 г.
17.	2021/2022	Договор № 967-ЕП-44-21 от 07.11.2021 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУМ»	https://znanium.com/	Действует до 06.11.2022 г.
18.	2021/2022	Договор № 800 ЕП-44-20 от 22.09.2021 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	https://urait.ru/	Действует до 14.10.2022 г.
19.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных The Wiley Journals Databases (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	Ресурс бессрочный
20.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1950	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Physical Sciences & Engineering Package) https://www.nature.com/ База данных Springer Journals (год издания – 2023 г. - тематические коллекции Physical Sciences & Engineering Package) https://link.springer.com/	Ресурс бессрочный
21.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1949	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Social Sciences Package) https://link.springer.com/ База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/	Ресурс бессрочный
22.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1948	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package .) https://www.nature.com/ База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) https://link.springer.com/	Ресурс бессрочный
23.	2023	29.12.2022 г. № 1947	содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature		тематическая коллекция Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences, Engineering Package): http://link.springer.com/ База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave	Ресурс бессрочный

24.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 08.08.2022 г. №1065)	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ https://link.springer.com/ База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
25.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 910	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Adis Journals (выпуски 2022 г.): https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
26.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 909.	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
27.	2021	Приложение 1 к письму РФФИ от 17.09.2021 г. № 965	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	eBooks Collections (i.e.2020 eBook Collections): http://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
28.	2019	Приложение № 2 к письму РФФИ № 809 от 24.06.2019 г.	О предоставлении сублицензионного доступа к содержанию баз данных издательство Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals (за 2019 г.): https://link.springer.com/ База данных Nature journals (выпуски 2019 г.): https://www.nature.com/	Ресурс бессро чный
29.	2018	Договор № 101/НЭБ/0 486-п от 21.09.2018 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке» (НЭБ)	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бессро чный
30.	2016 /2017	Приложение № 2 к письму РФФИ № 779 от 16.09.2016 г.	О предоставлении доступа к БД издательства SpringerNature (выпуски за 2016-2017 гг)	РФФИ	https://link.springer.com/ https://www.springerprotocols.com/ https://materials.springer.com/ https://link.springer.com/search ? facet-content-type= %ReferenceWork%22 http://zbmath.org/ http://npg.com/	Ресурс бессро чный с 01.01.2 017
36.	2016 /2019	Соглашение № 2014 от 29.10.2016 г.	О предоставлении доступа к БД СМИ	ООО "ПОЛП РЕД Справоч ник и"	http://www.polpred.com	Ресурс бессро чный
37.	2015 /2019	Договор № 101/НЭБ/0 486 от 16.07.2015 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке»	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бессро чный
38.	2013 /2019	Соглашение № ДС-884-2013 от	О сотрудничестве в Консорциуме	НП НЭИК ОН	http://www.neicon.ru/	Ресурс бессро чный

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
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	Альт-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
19.	Альт-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
23.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

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

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