

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

**док-р экон.наук, проф. Сулова
Юлия Юрьевна**

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Дисциплина Б1.В.14 Рекламная деятельность

Направление подготовки /
специальность 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки
38.03.06.01 "Коммерция"

очная форма обучения

Направленность
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2019

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки 38.03.06.01

"Коммерция"

очная форма обучения

год набора 2019

Программу
составили

канд.экон.наук , доцент, Ананьева Надежда
Васильевна

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель изучения курса является освоение знаний и приобретение умений по применению действующего законодательства о рекламе, организации и оценке эффективности рекламных акций и кампаний, а также формирование профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности

1.2 Задачи изучения дисциплины

- владение знаниями о понятиях, терминологии, содержании и особенностях рекламных каналов;
- изучение теоретических аспектов рекламы;
- освоение методов организации рекламной деятельности на предприятии;
- овладение навыками организации рекламной кампании, оценки эффективности рекламы.

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

ДПК-3:готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	
ДПК-5:готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности	
ОК-9:владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	
ПК-11:способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	
Уровень 1	современные инновационные методы и средства рекламы;
Уровень 1	применять инновационные методы, средства и технологии для создания рекламных продуктов, проведения акций и оценки их эффективности
Уровень 1	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств рекламы

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина "Рекламная деятельность" относится к вариативной части обязательных дисциплин(Б1.В.ОД.14)

Изучение данной дисциплины предшествуют такие дисциплины как

Инновации в торговой деятельности

Коммерческая деятельность оптовых предприятий

Программные средства офисного назначения

Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка

Теория и практика эффективного речевого общения

Инновации в торговой деятельности

Поведение потребителей

Теория и практика эффективного речевого общения

Электронная коммерция

Ценовая политика

практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

преддипломная практика

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=1654>

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр
		4
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1,56 (56)	1,56 (56)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия		
практикумы		
лабораторные работы	1,06 (38)	1,06 (38)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	0,44 (16)	0,44 (16)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Модуль 1 Сущность и значение рекламной деятельности	9	0	21	9	ДПК-3 ДПК-5 ОК-9 ПК-11
2	Модуль 2 Инструменты рекламной деятельности	9	0	17	7	ДПК-3 ДПК-5 ОК-9 ПК-11
Всего		18	0	38	16	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Реклама: понятие, содержание, цели.	1	0	0
2	1	История рекламного дела	1	0	0
3	1	Регулирование рекламной деятельности	1	0	0
4	1	Социально-психологические основы рекламы	1	0	0
5	1	Классификация рекламных средств и условия их применения	1	0	0

6	1	Реклама на месте продажи	1	0	0
7	1	Особенности рекламы отдельных видов	1	0	0
8	1	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	1	0	0
9	1	Товарные знаки	1	0	0
10	2	Организация рекламы в магазине	1	0	0
11	2	Рекламные агентства	1	0	0
12	2	Бренд и брендинг	1	0	0
13	2	Теория коммуникаций и их применение в рекламе	1	0	0
14	2	Рекламная кампания: планирование и проведение	1	0	0
15	2	Организация PR на предприятии	1	0	0
16	2	Стимулирование сбыта	1	0	0
17	2	Оценка эффективности рекламы	1	0	0
18	2	Международная реклама	1	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Реклама: понятие, содержание, цели.	2	0	0
2	1	История рекламного дела	1	0	0
3	1	Регулирование рекламной деятельности	1	0	0

4	1	Социально-психологические основы рекламы	1	0	0
5	1	Классификация рекламных средств и условия их применения	1	0	0
6	1	Реклама на месте продажи	1	0	0
7	1	Особенности рекламы отдельных видов	6	0	0
8	1	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	4	0	0
9	1	Товарные знаки	4	0	0
10	2	Организация рекламы в магазине	2	0	0
11	2	Рекламные агентства	2	0	0
12	2	Бренд и брендинг	2	0	0
13	2	Теория коммуникаций и их применение в рекламе	2	0	0
14	2	Рекламная кампания: планирование и проведение	2	0	0
15	2	Организация PR на предприятии	2	0	0
16	2	Стимулирование сбыта	2	0	0
17	2	Оценка эффективности рекламы	2	0	0
18	2	Международная реклама	1	0	0
Итого			28	0	0

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Ананьева Н. В.	Рекламная деятельность: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. 100700.62 «Торговое дело» по профилю 100700.62.01 «Коммерция»]	Красноярск: СФУ, 2014
Л1.2	Ананьева	Рекламная деятельность: [учеб.-метод. комплекс для 38.03.06.01 Коммерция, 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности]	Красноярск: СФУ, 2017
Л1.3	Ананьева Н. В., Сулова Ю. Ю.	Рекламная деятельность: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

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

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Федотова Л. Н.	Социология рекламной деятельности: учебник для вузов по специальности "Реклама"	Москва: Оникс, 2007
Л1.2	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студ. вузов по напр. (спец.) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: ИНФРА-М, 2013
Л1.3	Щепилова Г. Г., Щепилов К. В.	Основы рекламы: учебник для бакалавров по направлению и специальности "Журналистика"	Москва: Юрайт, 2013
Л1.4	Костина А.В., Макаревич Э. Ф., Карпухин О. И.	Основы рекламы: электронный учебник	Москва: КноРус, 2011
Л1.5	Рожков И. Я., Кисмерешкин В.Г.	Брендинг: учебник для бакалавров по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: Юрайт, 2014
Л1.6	Мудров А. Н.	Основы рекламы: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Реклама"	Москва: Магистр, 2012
Л1.7	Оришев А. Б.	Социология рекламной деятельности: Учебник	М: РИОР, Инфра-М, 2016
Л1.8	Фэйн Эллвуд	Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности товарной марки: пер. с английского	М: ФАИР-ПРЕСС, 2013
Л1.9	Старов С. А.	Управление брендами: учебник	Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2015
Л1.10	Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.	Основы рекламы: учебник.; допущено МО и науки РФ	М.: "Дашков и К", 2010
6.2. Дополнительная литература			

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Эйри Д.	Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера: [пер. с англ.]	Санкт-Петербург: Питер, 2013
Л2.2	Музыкант В. Л.	Брендинг: Управление брендом: учебное пособие для студентов вузов по направлению 100700.62 - "Торговое дело" и по специальностям 032401 - "Реклама", 080111 - "Маркетинг"	Москва: ИНФРА-М, 2014
Л2.3	Измайлова М. А.	Психология рекламной деятельности: практическое пособие	Москва: "Дашков и К", 2012
Л2.4	Колышкина Т. Б., Маркова Е. В., Шустина И. В.	Реклама в местах продаж: учебное пособие для студентов и бакалавров вузов по направлениям подготовки 031600.62 "Реклама и связи с общественностью", 032710.62 "Прикладная филология", 030300.62 "Психология" и 80200.62 "Менеджмент"	Москва: Форум, 2014
Л2.5	Чистова Е. В.	Симметрико-ориентированный подход к переводу терминологии брендинга: англо-русско-китайские параллели: монография	Красноярск: СФУ, 2014
Л2.6	Докторов Б. З.	Реклама и опросы общественного мнения в США. История зарождения. Судьбы творцов: [монография]	Москва: Директ-Медиа, 2014
Л2.7	Истомина С. А.	Реклама и дизайн: учебно-методическое пособие [для студентов напр. 270300.62 «Дизайн архитектурной среды»]	Красноярск: СФУ, 2015
Л2.8	Ворожевич А.	Права на товарные знаки: институциональное назначение, границы и пределы осуществления, особенности прекращения	Москва: Журнал "Хозяйство и право", 2015
Л2.9	Марусева И. В.	Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование): монография	Москва: Директ-Медиа, 2015
Л2.10	Музыкант В. Л.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 100700.62 - "Торговое дело" и по специальностям 032401 - "Реклама", 080111 - "Маркетинг"	Москва: РИО, 2013
Л2.11	Томбу Д. В.	Социология рекламной деятельности: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 040200 "Социология"	Москва: Форум, 2013

Л2.1 2	Ананьева Н.В.	Рекламная деятельность: [учеб.-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.06.01 Коммерция, 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности]	Красноярск: СФУ, 2018
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Ананьева Н. В.	Рекламная деятельность: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. 100700.62 «Торговое дело» по профилю 100700.62.01 «Коммерция»]	Красноярск: СФУ, 2014
Л3.2	Ананьева	Рекламная деятельность: [учеб.-метод. комплекс для 38.03.06.01 Коммерция, 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности]	Красноярск: СФУ, 2017
Л3.3	Ананьева Н. В., Сулова Ю. Ю.	Рекламная деятельность: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	сайт по рекламе	http://advertising.ru/
Э2	сайт по брендингу	http://branding.ru/
Э3	сайт Российской ассоциации маркетинга	http://www.ram.ru/
Э4	Федеральная служба государственной статистики.	http://www.gks.ru/
Э5	О тенденциях рекламного рынка: Обзор	http://www.nrtm.ru
Э6	Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR	http://www.sostav.ru
Э7	PR в России: всероссийский научно-популярный журнал	http://rupr.ru/

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Учебная деятельность студента в процессе изучения дисциплины строится из контактных форм работы - это лекции, семинарские занятия, подготовка и обсуждение реферата по одной из предложенных тем, самостоятельная работа студентов (над нормативными документами, научной и учебной литературой, освоение статистической и аналитической информации), использование индивидуальных консультаций, завершающее итоговое испытание - зачет.

Работа на лекциях является очень важным видом студенческой деятельности, где излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие студентам информацию, соответствующую

программе.

Лекционный материал дисциплины структурирован по разделам и темам. Каждый раздел определяет уровень знаний и навыков, необходимых учащемуся для подготовки к профессиональной деятельности

Основная часть времени отводится на знакомство с литературными источниками, которые предлагаются к изучению, работу библиотечных фондов вуза и города, а также освоение электронных источников информации. Конспектируя наиболее важные вопросы, имеющие научно-практическую значимость, новизну, актуальность, делая выводы, заключения, высказывая практические замечания, выдвигая различные положения, гипотезы, студенты глубже понимают вопросы курса.

Краткие записи лекций (конспектирование) помогает усвоить материал. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины.

Подготовка к семинарам осуществляется в соответствии с планом занятия, в котором дается список литературы

Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Студент должен излагать материал выступления свободно. Необходимо концентрировать свое внимание на том, что выступление должно быть обращено к аудитории, а не к преподавателю. По окончании семинарского занятия студенту следует повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для этого студенту в течение семинара следует делать пометки. Более того в случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце семинара, выставляя в рабочий журнал текущие оценки. Студент имеет право ознакомиться с ними.

Тест это система стандартизированных вопросов (заданий) позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Тесты могут быть аудиторными и внеаудиторными. О проведении теста, его формы, а также раздел (темы) дисциплины, выносимые на тестирование, доводит до сведения студентов преподаватель, ведущий семинарские занятия. Терминологический словарь выносится на текущий контроль.

Самостоятельная работа формирует творческую поисковую

активность студентов, представление о своих научных и социальных возможностях, а также способность выделять главное, развивает и совершенствует логическое мышление. Для успешной сдачи зачета необходимо изучить теоретическую часть курса, научиться применять теоретические знания в практической профессиональной деятельности, практическом выполнении заданий самостоятельной работы.

Самостоятельная работа включает:

1. Освоение теоретического материала,
2. Изучение публикаций по актуальным экономическим вопросам, связанным с проблематикой дисциплины
3. Подготовка докладов по темам в соответствии с программой курса.
4. Ответы на контрольные вопросы, выполнение контрольных заданий, предложенных в учебно-тематическом плане практических занятий и текущем контроле знаний студентов.

5. Тестирование студентов.

6. Консультации преподавателя по наиболее сложным темам.

На самостоятельную работу студента в ЭОК отводится:

- изучение теоретического курса и закрепления практического материала (ЭОК)
- задания в ЭОК (анализ и написание статьи, аннотации, реферат, эссе)
- самоконтроль (тестирование в ЭОК)

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы курса – залог успешной работы и положительной оценки.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	В учебном процессе по данной дисциплине используется MS Office, Internet Explorer.
9.1.2	Лицензионное программное обеспечение:
9.1.3	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.4	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицензиат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.5	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицензиат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
9.1.6	Kaspersky Endpoint Security Лицензиат 2462-170522-081649-547-546 от 22.05.2017.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант».
9.2.2	Справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант».
9.2.3	Обучающимся обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечным системам:
9.2.4	Библиотека учебной и научной литературы: http://www.i-u.ru/biblio
9.2.5	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru
9.2.6	ЭБ Издательского дома «Гребенников»: http://grebennikon.ru
9.2.7	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniyum.com
9.2.8	Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook.com
9.2.9	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: http://elcat.kgtei.ru:82/
9.2.1 0	Электронный каталог НБ СФУ
9.2.1 1	Мониторинг экономических показателей: http://www.budgenrf.Ru
9.2.1 2	Новости и технологии торгового бизнеса: http://www.torgrus.ru
9.2.1 3	Российская торговля: http://www.rtpress.ru
9.2.1 4	РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера): http://www.rbc.ru –

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).