

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.02 Реклама в торговле и сервисе

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

43.03.01 Сервис

Направленность (профиль)

43.03.01.31 Сервис в торговле

Форма обучения

очная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

канд.экон.наук, доцент, Ананьева Надежда Васиьевна

должность, инициалы, фамилия

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

Задачами дисциплины являются:

- овладение 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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-10: Способен использовать современные технологии в области маркетинга и маркетинговых исследований	
ПК-10.2: способен применять современные технологии при формировании инструментов маркетинга и маркетинговых исследований предприятий и организаций сферы торговли и сервиса	<ul style="list-style-type: none">- роль рекламы и других инструментов комплекса организации продажи и продвижения сервисных услуг- использовать рекламу и другие инструменты в исследовании рынка, организации продажи и продвижению сервисных продуктов- методами организации продажи и проведению рекламных мероприятий по продвижению сервисных услуг
ПК-11: Способен проводить исследования конкурентной среды в торговле и сервисе	

ПК-11.1: способен применять методы исследования конкурентной среды предприятия сферы торговли и сервиса	<ul style="list-style-type: none"> - методы определения эффективности рекламного воздействия и особенности исследований в области рекламы предприятий сферы торговли и сервиса; - применять навыки социально – психологических исследований конкурентной среды предприятия сферы торговли и сервиса;
	<ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и проведения исследований социально – психологического воздействия в рекламной сфере торговли и сервиса;
ПК-11.2: способен использовать результаты исследования конкурентной среды при разработке стратегии предприятия сферы торговли и сервиса	<ul style="list-style-type: none"> - этапы планирования рекламной кампании при разработке стратегии предприятия сферы торговли и сервиса; - использовать результаты рекламной кампании для стратегии предприятия сферы торговли и сервиса; - навыками планирования рекламной кампании при разработке стратегии предприятия сферы торговли и сервиса;

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=1654>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,94 (34)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
лабораторные работы	0,44 (16)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2,06 (74)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Сущность и значение рекламной деятельности									
	1. Реклама: понятие, содержание, цели	2							
	2. Реклама: понятие, содержание, цели					2			
	3. Реклама: понятие, содержание, цели							8	
	4. Регулирование рекламной деятельности	2							
	5. Регулирование рекламной деятельности					2			
	6. Регулирование рекламной деятельности							8	
	7. Социально-психологические основы рекламы	2							
	8. Социально-психологические основы рекламы					2			
	9. Социально-психологические основы рекламы							8	
	10. Классификация рекламных средств и условия их применения	2							
	11. Классификация рекламных средств и условия их применения					1			

12. Классификация рекламных средств и условия их применения							10	
2. Инструменты рекламной деятельности								
1. Товарные знаки	2							
2. Товарные знаки					2			
3. Товарные знаки							8	
4. Рекламные агентства	2							
5. Рекламные агентства					2			
6. Рекламные агентства							8	
7. Рекламная компания: планирование и проведение	2							
8. Рекламная компания: планирование и проведение					2			
9. Рекламная компания: планирование и проведение							8	
10. Организация PR на предприятии	2							
11. Организация PR на предприятии					1			
12. Организация PR на предприятии							8	
13. Оценка эффективности рекламы	2							
14. Оценка эффективности рекламы					2			
15. Оценка эффективности рекламы							8	
Всего	18				16		74	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Федеральный закон о рекламе: вступает в силу с 1 июля 2006 года (Новосибирск: Сибирское университетское издательство).
2. Ананьева Рекламная деятельность: [учеб.-метод. комплекс для 38.03.06.01 Коммерция, 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности] (Красноярск: СФУ).
3. 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).
4. Пономарева А. М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности: учебное пособие(Москва: МарТ).
5. Ананьева Н. В., Сулова Ю. Ю. Рекламная деятельность: учебное пособие(Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
2. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
3. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Обучающимся обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечным системам:
2. Библиотека учебной и научной литературы: <http://www.i-u.ru/biblio>
3. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
4. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
5. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
6. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
7. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
8. Электронный каталог НБ СФУ

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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).