


федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра продуктов питания, товароведения и технологии переработки
продукции животноводства

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
 С.В. Соловьёв
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) - Товароведение и экспертиза в сфере производства
и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация - бакалавр

Мичуринск – 2023 г.

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение методов рекламной деятельности; получение навыков работы на рынке рекламы; овладение методами предоставления рекламного продукта потребителю;
- изучение методик применения рекламных средств; овладение методами планирования рекламной деятельности; изучение основ разработки рекламного продукта; изучение форм и методов правового регулирования рекламной деятельности.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции следующих профессиональных стандартов:

22.007 Специалист по безопасности, прослеживаемости и качеству пищевой продукции на всех этапах ее производства (утв. приказом Минтруда России от 02.09.2020. №556н).

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Согласно учебного плана по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение дисциплина (модуль) «Рекламная деятельность» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.08.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения следующих предшествующих дисциплин: «Экономика», «Основы коммерческой деятельности», «Товарный менеджмент», «Товароведение упаковочных материалов и тары для потребительских товаров».

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее при прохождении производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, производственной преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить трудовые функции действия:

Разработка системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства высококачественной безопасной прослеживаемости продукции (22.007 Специалист по безопасности, прослеживаемости и качеству пищевой продукции на всех этапах ее производства. ТФ. - С/02.6)

трудовые действия:

22.007 Специалист по безопасности, прослеживаемости и качеству пищевой продукции на всех этапах ее производства. ТФ. - С/02.6:

Проведение маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства пищевой продукции на технологических линиях

Организация работ по применению передовых технологий для повышения эффективности технологических процессов производства и обращения на рынке пищевой продукции

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих компетенций:

УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ПК-2 способен проводить маркетинговые исследования передового отечественного и зарубежного опыта в профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения (индикаторы достижения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
УК-2 ИД-4 _{УК-2} – Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Публично не представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Публично удовлетворительно представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Публично хорошо представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Публично отлично представляет результаты решения конкретной задачи проекта
ПК-2 ИД-2 _{ПК-2} – Применяет статистические методы обработки данных при проведении маркетинговых исследований	Не способен применять статистические методы обработки данных при проведении маркетинговых исследований	Удовлетворительно применяет статистические методы обработки данных при проведении маркетинговых исследований	Хорошо применяет статистические методы обработки данных при проведении маркетинговых исследований	Отлично применяет статистические методы обработки данных при проведении маркетинговых исследований
ИД-3 _{ПК-2} – Использует информационные технологии для сбора данных в своей профессиональной деятельности	Не владеет информационными технологиями для сбора данных в своей профессиональной деятельности	Частично владеет информационными технологиями для сбора данных в своей профессиональной деятельности	Не достаточно точно владеет информационными технологиями для сбора данных в своей профессиональной деятельности	Отлично владеет информационными технологиями для сбора данных в своей профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество
- методы контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи
- сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий;
- социально-психологические аспекты рекламной деятельности;
- основные признаки классификации рекламных средств и их применение на рынке рекламы;
- способы организации взаимоотношений участников рекламного процесса;
- методы организации и планирования рекламных кампаний;
- порядок контроля за рекламной деятельностью.

Уметь:

- пользоваться знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
- пользоваться методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи

- применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта;
- довести рекламный продукт до сознания потребителя;
- эффективно размещать рекламу на различных рекламных носителях;
- планировать и организовывать рекламную работу на предприятии;
- планировать и организовывать взаимоотношения участников рекламного процесса;
- планировать и организовывать проведение рекламных кампаний;
- составлять рекламные тексты и объявления;
- оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий

Владеть:

- знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
- методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.
- приёмами расчёта показателей рекламной деятельности организаций;
- методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер и отраслей.

3.1 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них универсальных и профессиональных компетенций

Разделы, темы дисциплины	Компетенции		Общее количество компетенций
	УК-2	ПК-2	
Предмет, метод и задачи рекламы	+	+	2
История возникновения и развития рекламы	+	+	2
Социально-психологические основы рекламы	+	+	2
Основные средства маркетинговых коммуникаций	+	+	2
Правовое регулирование рекламной деятельности	+	+	2
Классификация рекламных средств	+	+	2
Рекламные средства и их применение	+	+	2

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий	Количество акад. часов	
	по очной форме обучения 5 семестр	по очно-заочной форме обучения 7 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем	48	48
Аудиторные занятия, в т.ч.	48	48
лекции	16	16
практические занятия	32	32
Самостоятельная работа, в т.ч.	69	69
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	42	42
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	20	27

подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	7	-
Контроль	27	27
Формы итогового контроля	экзамен	экзамен

4.2 Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	Предмет, метод и задачи рекламы	2	2	УК-2, ПК-2
2	История возникновения и развития рекламы	2	2	УК-2, ПК-2
3	Социально-психологические основы рекламы	2	2	УК-2, ПК-2
4	Основные средства маркетинговых коммуникаций	2	2	УК-2, ПК-2
5	Правовое регулирование рекламной деятельности	2	2	УК-2, ПК-2
6	Классификация рекламных средств	2	2	УК-2, ПК-2
7	Рекламные средства и их применение	4	4	УК-2, ПК-2
ИТОГО		16	16	

4.3 Лабораторные работы – не предусмотрены

4.4 Практические занятия

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	Предмет, метод и задачи рекламы	2	2	УК-2, ПК-2
2	История возникновения и развития рекламы	2	2	УК-2, ПК-2
3	Социально-психологические основы рекламы	2	2	УК-2, ПК-2
4	Основные средства маркетинговых коммуникаций	2	2	УК-2, ПК-2
5	Правовое регулирование рекламной деятельности	4	4	УК-2, ПК-2
6	Классификация рекламных средств	4	4	УК-2, ПК-2
7	Рекламные средства и их применение	4	4	УК-2, ПК-2
8	Организация, управление и планирование рекламной деятельности	4	4	УК-2, ПК-2
9	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	4	4	УК-2, ПК-2
10	Эффективность рекламной деятельности	4	4	УК-2, ПК-2
ИТОГО		32	32	

4.5 Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем часов	
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1. Предмет, метод и задачи рекламы.	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных	1	-

	тестов)		
2. История возникновения и развития рекламы	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
3. Социально-психологические основы рекламы	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
4. Основные средства маркетинговых коммуникаций	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
5. Правовое регулирование рекламной деятельности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	4	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
6. Классификация рекламных средств	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	4	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
7. Рекламные средства и их применение	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	4	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
ИТОГО		69	69

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

1. Кудрявцев А.Н. Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

2. Кудрявцев А.Н. Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

4.6 Выполнение контрольной работы обучающимися очно-заочной формы обучения - не предусмотрено

4.7 Содержание разделов дисциплины

1. Предмет, метод и задачи рекламы.

Понятие, сущность и задачи рекламы. Предмет и методологические основы курса. Межпредметные связи курса.

2. История возникновения и развития рекламы.

Реклама в государствах древнего мира. Развитие рекламы в Западной Европе и США. Реклама в России.

3. Социально-психологические основы рекламы.

Реклама как метод управления людьми. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.

4. Основные средства маркетинговых коммуникаций.

Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Коммерческая пропаганда. Стимулирование сбыта. Личная продажа.

5. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Необходимость регулирования рекламной деятельности. Регулирование рекламной деятельности за рубежом. Роль Федерального закона РФ «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Международный кодекс рекламной практики.

6. Классификация рекламных средств.

Основные признаки классификации рекламных средств. Основные элементы средств рекламы и требования предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств.

7. Рекламные средства и их применение.

Критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы. Применение рекламных средств по их видам.

5 Образовательные технологии

При изучении дисциплины используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	интерактивная форма – презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция – визуализация)
Практические занятия	традиционная форма – круглый стол, дискуссии, работа в малых группах
Самостоятельная работа	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских работ)

6 Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике – рефераты; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи экзамена – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Рекламная деятельность».

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Рекламная деятельность»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
			Наименование	Кол-во
1	Предмет, метод и задачи рекламы	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	10 3 8
2	История возникновения и развития рекламы	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	10 3 8
3	Социально-психологические основы рекламы	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	15 3 8
4	Основные средства маркетинговых коммуникаций	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	15 3 8
5	Правовое регулирование рекламной деятельности	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	20 3 9
6	Классификация рекламных средств	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	10 3 8
7	Рекламные средства и их применение	УК-2, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	20 3 8

6.2 Перечень вопросов для экзамена

1. Понятие, сущность и задачи рекламы. (УК-2, ПК-2)
2. Предмет и методологические основы курса. (УК-2, ПК-2)
3. Межпредметные связи курса. (УК-2, ПК-2)
4. Реклама в государствах древнего мира. (УК-2, ПК-2)
5. Развитие рекламы в Западной Европе и США. (УК-2, ПК-2)
6. Реклама в России. (УК-2, ПК-2)
7. Реклама как метод управления людьми. (УК-2, ПК-2)
8. Процесс воздействия и восприятия рекламы. (УК-2, ПК-2)
9. Система маркетинговых коммуникаций. (УК-2, ПК-2)
10. Психология потребительской мотивации поведения покупателя. (УК-2, ПК-2)
11. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. (УК-2, ПК-2)
12. Коммерческая пропаганда. (УК-2, ПК-2)
13. Стимулирование сбыта. (УК-2, ПК-2)
14. Личная продажа. (УК-2, ПК-2)
15. Федеральный закон «О рекламе». (УК-2, ПК-2)
16. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. (УК-2, ПК-2)
17. Ответственность за ненадежную рекламу. (УК-2, ПК-2)
18. Кодекс рекламной практики. (УК-2, ПК-2)
19. Основные признаки классификации рекламных средств. (УК-2, ПК-2)
20. Основные элементы средств рекламы и требования предъявляемые к ним. (УК-2, ПК-2)
21. Выбор рекламных средств. (УК-2, ПК-2)
22. Реклама в прессе. (УК-2, ПК-2)
23. Печатная реклама. (УК-2, ПК-2)

24. Аудиовизуальная реклама. (УК-2, ПК-2)
25. Радио- и телереклама. (УК-2, ПК-2)
26. Выставки и ярмарки. (УК-2, ПК-2)
27. Рекламные сувениры. (УК-2, ПК-2)
28. Прямая почтовая реклама. (УК-2, ПК-2)
29. Наружная реклама. (УК-2, ПК-2)
30. Мероприятия паблик рилейшнз. (УК-2, ПК-2)
31. Компьютеризированная реклама. (УК-2, ПК-2)
32. Виды и средства торговой рекламы (предложенные Международной ассоциацией). (УК-2, ПК-2)
33. Витрины, их виды, классификация и требования к ним. (УК-2, ПК-2)
34. Устройство витрин. (УК-2, ПК-2)
35. Витринный инвентарь и материалы для оформления витрин. (УК-2, ПК-2)
36. Правила разработки композиции витринной выставки. (УК-2, ПК-2)
37. Основные принципы составления рекламных текстов. (УК-2, ПК-2)
38. Художественное оформление рекламных текстов. (УК-2, ПК-2)
39. Выбор средств распространения рекламы. (УК-2, ПК-2)
40. Коммуникация. Событие. Диалог. (УК-2, ПК-2)
41. Составляющие рекламного текста. (УК-2, ПК-2)
42. Основные приемы воздействия на психологию клиента при создании рекламного текста. (УК-2, ПК-2)
43. Рекламная деятельность оптовых предприятий. (УК-2, ПК-2)
44. Рекламная деятельность промышленных предприятий. (УК-2, ПК-2)
45. Сотрудничество в рекламной деятельности промышленных и розничных предприятий. (УК-2, ПК-2)
46. Принципы построения рекламы. Стилистические формы. (УК-2, ПК-2)
47. Стилиевые приемы при составлении рекламного текста. (УК-2, ПК-2)
48. Типы воздействия на сознание. Типология рекламных сообщений. (УК-2, ПК-2)
49. Особенности составления рекламного текста в газетах и журналах, на телевидении, на радио, в почтовой рекламе. (УК-2, ПК-2)
50. Понятие фирменного стиля, его составные элементы. (УК-2, ПК-2)
51. Понятие товарных знаков и требования, предъявляемые к ним. Порядок регистрации товарных знаков. (УК-2, ПК-2)
52. Коллективный знак. (УК-2, ПК-2)
53. Использование товарного знака. (УК-2, ПК-2)
54. Передача товарного знака и прекращение правовой охраны товарного знака. (УК-2, ПК-2)
55. Понятие и сущность паблик рилейшнз. (УК-2, ПК-2)
56. Для чего в рекламной деятельности применяются знания ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество (УК-2, ПК-2)
57. Как осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи (УК-2, ПК-2)

6.3 Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг – 100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине опреде-

ляется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол. баллов)
<p>Продвинутый (75-100 баллов) – «отлично»</p>	<p>Выполнение полного объема работы; правильные и четкие ответы на вопросы билета; правильные и четкие ответы на дополнительные вопросы; способность формировать собственное мнение по актуальным вопросам</p> <ul style="list-style-type: none"> - полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины; - знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество - умение применять методы рекламной деятельности; ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований; - владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи - владение приемами расчета показателей рекламной деятельности; методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер 	<p>Тестовые задания (31-40 баллов) Реферат (9-10 баллов) Вопросы к экзамену (35-50 баллов)</p>
<p>Базовый (50-74 балла) – «хорошо»</p>	<p>Объем работ выполнен на 75-80%; умение дать правильный, но не всегда полный ответ на основные и дополнительные вопросы билета; некоторые трудности в формировании собственных выводов по актуальным вопросам.</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала из разных разделов дисциплины - знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество - умение применять методы рекламной деятельности; ясно излагать изученный материал, производить собственные размышления; - владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи - владение приемами расчета показателей рекламной деятельности; методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер 	<p>Тестовые задания (21-30 баллов) Реферат (7-8 баллов) Вопросы к экзамену (22-36 баллов)</p>
<p>Пороговый (35-49 баллов) – «удовлетворительно»</p>	<p>Объем работы выполнен на 50-60%; по основным вопросам ответ правильный, но неполный; проблемы в ответах на дополнительные вопросы; проблемы в формулировании собственного мнения.</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала из разных разделов дисциплины - знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество 	<p>Тестовые задания (11-20 баллов) Реферат (5-6 баллов) Вопросы к экзамену (19-23 балла)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - умение применять некоторые методы рекламной деятельности; - умение излагать изученный материал - владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи - владение некоторыми приемами расчета показателей рекламной деятельности 	
<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «неудовлетворительно»</p>	<p>Выполнено менее 50% работы; неумение сформулировать правильный и четкий ответ по основным и дополнительным вопросам; неумение формулировать собственное мнение.</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание учебного материала из разных разделов дисциплины; - незнание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество; - неумение применять некоторые методы рекламной деятельности; - неумение излагать изученный материал - не владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи - не владение некоторыми приемами расчета показателей рекламной деятельности 	<p>Тестовые задания (0-10 баллов) Реферат (0-4 балла) Вопросы к экзамену (0-18 баллов)</p>

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Учебная литература

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / М.А. Измайлова. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2016. — 444 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93317>.

2. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Измайлова. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 240 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93405>.

3. Жильцова, О.Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

4. Комарова, Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / Л.К. Комарова; ответственный редактор В.П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 194 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

7.2 Перечень методических указаний по освоению дисциплины (модуля)

1. Кудрявцев А.Н. Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

2. Кудрявцев А.Н. Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

7.3 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.3.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)

4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)

5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)

6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)

7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)

8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.3.2 Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

7.3.3 Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)

2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

7.3.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софтекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
3	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с

	«Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiatus.ru)				17.04.2023 по 16.04.2024
5	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
6	Foxit Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

7.3.5 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>
2. www.garant.ru - справочно-правовая система «ГАРАНТ».
3. www.consultant.ru - справочно-правовая система «Консультант Плюс».
4. www.rg.ru – сайт Российской газеты.
5. База данных информационной системы «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>
6. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>.
7. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» - межотраслевая электронная библиотека на базе технологии Контекстум <http://www.rucont.com>.
8. Электронная библиотечная система Российского государственного аграрного заочного университета <http://ebs.rgazu.ru>.

7.3.6 Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Виртуальная доска Padlet: <https://ru.padlet.com>
5. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
6. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
7. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
8. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.3.7 Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции	ИДК
1.	Облачные технологии	Лекции Самостоятельная работа	ПК-2	ИДК-2 ИДК-3
2.	Большие данные	Самостоятельная работа	ПК-2	ИДК-2 ИДК-3

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/103)

Оснащенность:

1. Проектор AcerX1261P (nV 3D) DLP 2700LUMENS (инв. № 2101045353);

2. Экран DraperLumaNTSC (3:4) 305/120" ручной, настенно-потолочный (инв. № 2101065491)
3. Ноутбук LenovoIdeaPadV580c (инв.№21013400405)
4. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экспертизы качества продовольственных и непродовольственных товаров) (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/16)

Оснащенность:

1. Весы ВЛР-200 (инв. № 2101040453);
2. Весы лабораторные СУХ-620Н (инв. № 41013401559);
3. Весы лабораторные ВЛКТ-500 (инв. № 1101041311);
4. Весы настольные циферблатн. (инв. № 2101060138);
5. Весы технические Т-1000 (инв. № 2101060121; 2101060122)
6. Влагомер Кварц (инв. № 1101041322);
7. Дистиллятор (инв. № 2101060123);
8. Кухонная плита MogaMe 57229 FW(инв. № 41013602188);
9. Лабораторная мебель «Варшава» (инв. № 21013600715);
10. Микроскоп (инв. № 2101060130);
11. Мясорубка «Василиса М2» (инв. № 21013600721);
12. Поляриметр ИГП-01 (инв. № 2101040458);
13. Прибор для определения клейковины ИДК-4 (инв. № 2101040460);
14. Рефрактометр РЛ-2 (инв. № 2101040455);
15. Рефрактометр ИРФ-454Б2М с подсветкой и доп. шапкой (инв. № 21013400705);
16. Рефрактометр ИРФ-464 (инв. № 2101060131);
17. РН-метр РН-013 (инв. № 21013400704);
18. РН-метр (инв. № 2101040462);
19. Сахариметр СУ-4 (инв. № 2101040459; 21013400702);
20. Сита почвенные (инв. № 2101060135);
21. СОЭКС-Нитрат-тестер мод. NVC-019-1 (инв. № 21013400706);
22. Стенд 1,5*0,72 м (инв. № 21013600706);
23. Стенд 1,5*1,05 м (инв. № 21013600705);
24. Стенд 1,8*0,6 м (инв. № 21013600708);
25. Стенд 1,8*0,6 м (инв. № 21013600707);
26. Стенд 1*4,5 м (инв. № 21013600709);
27. Стиральная машина ОКА (инв. № 2101060136);
28. Стол для весов (инв. № 1101041316);
29. Стол для титрования (инв. № 1101041317);
30. Стол передвижной (инв. № 1101041315);
31. Стол приставной (инв. № 1101041312, 1101041313, 1101041314);
32. Термостат (инв. № 2101040461);
33. Фотометр КФК-3-01 «ЗОМЗ» фотоэлектрический (инв. № 21013400703);
34. Холодильник НОРД (инв. № 2101040456);
35. Центрифуга МРW-310 (инв. № 1101041303);
36. Центрифуга ОКА (инв. № 1101041304);
37. Шкаф вытяжной (инв. № 2101040451);
38. Шкаф лабораторный (инв. № 21013600722; 21013600723; 21013600724; 21013600725);
39. Шкаф сушильный ШСО-80 (инв. № 1101041302);
40. Шкаф сушильный ЛП 33/2 (инв. № 2101040452);
41. Шкаф для документов ШК 07.04 (инв. № 1101063937);

42. Экран на штативе Projecta (инв. № 11010417158).

3. Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (г. Мичуринск, ул. Герасимова, дом № 130А, 5/26а)

Оснащенность:

1. Компьютеры Celeron 2000 (инв. № 1101044956, 1101044955, 1101044954, 1101044953);

2. Компьютеры Celeron E 3300 OEM Монитор 18,5” LG W 1943 (инв. № 1101047397, 1101047396, 1101047395, 1101047394, 1101047393, 1101047392, 1101047391, 1101047390, 1101047387, 1101047385);

3. Компьютер Pentium (инв. № 2101041806);

4. Плоттер СН336А HP (инв. № 41013400057);

5. Принтер Canon (инв. № 1101044951);

6. Сканер (инв. № 2101065186);

7. Копировальный аппарат Canon (инв. № 2101041802);

8. Модем (инв. № 2101065200).

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Рекламная деятельность» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №985.

Автор: доцент кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, к.соц.н. Кудрявцев А.Н.



Рецензент: доцент кафедры управления и делового администрирования, к.э.н. Калякин Е.В.



Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 9 от 12 апреля 2021 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 19 апреля 2021 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 22 апреля 2021 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 12 от 17 июня 2021 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 11 от 21 июня 2021 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 24 июня 2021 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 10 от 13 апреля 2022 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии плодоовощного института им. И. В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол №8 от 18 апреля 2022 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 21 апреля 2022 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, протокол № 10 от 13 апреля 2023 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробιοтехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 11 от 19 июня 2023г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 22 июня 2023 г.