

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол от 23 апреля 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
Р.А. Чмир
«23» апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Рекламная деятельность в АПК»

Направление подготовки 38.04.06. Торговое дело

Направленность (профиль) Коммерческая деятельность
на агропродовольственном рынке

Квалификация - магистр

Мичуринск - 2025

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины (модуля) являются освоение обучающимися знаний, получение практических навыков в области организации и управления рекламной деятельностью в АПК.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции следующих профессиональных стандартов:

08.035 Маркетолог (утв. приказом Минтруда России от 04.06. 2018 №366н)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело направленности (профилю) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке данная дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)», базовая часть (Б1.В.02) и изучается в 2-ом семестре.

Освоение дисциплины базируется на знаниях, полученных обучающимися при изучении дисциплины «Консалтинг в сфере торговли». Данная дисциплина взаимосвязана с такими дисциплинами, как: «Стратегический маркетинг», «Агромаркетинг». В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины (модуля) используются при прохождении производственной практики НИР и выполнении 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:

Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации (код - В/02.7)

Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) сбытовой политики в организации (код-В/03.7)

Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации (код-В/04.7)

Формирование маркетинговой стратегии организации (код-С/01.8)

Трудовые действия:

Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации

Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации

Разработка сбытовой политики организации

Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации

Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж

Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **профессиональных компетенций**:

ПК-2 – Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации

ПК-4 – Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

ПК-5 – Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Планируемые результаты обучения* (индикаторы достижения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ПК-2. ИД-3_{ПК-2} . Разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Не способен разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Удовлетворительно разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Отлично разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации
ПК-4. ИД-4_{ПК-4} Осуществляет контроль за реализацией стратегии и оценивает ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Не способен осуществлять контроль за реализацией стратегии и оценивать ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Удовлетворительно осуществляет контроль за реализацией стратегии и оценивает ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Хорошо осуществляет контроль за реализацией стратегии и оценивает ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Отлично осуществляет контроль за реализацией стратегии и оценивает ее эффективность путем аудита профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ПК-5. ИД-3_{ПК-5} – Исследует и анализирует тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Не способен исследовать и анализировать тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Удовлетворительно исследует и анализирует тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Хорошо исследует и анализирует тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Отлично исследует и анализирует тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результаты профессиональной деятельности (комерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

говой, или рекламной, или логистической, или товароведной), прогнозирует и моделирует объекты изучения.	ламной, или логистической, или товароведной), прогнозирует и моделирует объекты изучения.	говой, или рекламной, или логистической, или товароведной), прогнозирует и моделирует объекты изучения.	ламной, или логистической, или товароведной), прогнозирует и моделирует объекты изучения.	прогнозирует и моделирует объекты изучения.
---	---	---	---	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- знатъ:
- сущность и задачи рекламы, методы применения рекламных технологий в АПК;
 - 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;
 - функции рекламной деятельности;
 - стратегии в рекламной деятельности в АПК;
 - порядок контроля за рекламной деятельностью;
- уметь:
- 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;
 - разрабатывать и реализовывать стратегии рекламной деятельности в АПК;
 - составлять рекламные тексты и объявления;
 - оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий в АПК.
- владеть:
- 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 профессиональных компетенций

Разделы, темы дисциплины (модуля)	Компетенции			Общее количество компетенций
	ПК-2	ПК-4	ПК-5	
Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение	+	+	+	3
Организация и управление рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке	+	+	+	3
Оценка эффективности рекламной кампании	+	+	+	3
Основы медиапланирования	+	+	+	3
Регулирование рекламной деятельности	+	+	+	3

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Вид занятий	Количество академических часов	
	по очной форме обучения (1 семестр)	по очно-заочной форме обучения (1 семестр)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем	34	56
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	56
лекции	6	14
практические занятия	28	42
Самостоятельная работа, в т.ч	74	52
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов	42	30
подготовка к мини-лекциям, практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата, решение задач	12	8
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	12	8
Контроль	8	6
Вид итогового контроля	зачет	зачет

4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций	Объем в академических часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение	2	2	ПК-2, ПК-4, ПК-5
2	Организация и управление рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке	1	4	ПК-2, ПК-4, ПК-5
3	Оценка эффективности рекламной кампании	1	4	ПК-2, ПК-4, ПК-5
4	Основы медиапланирования	1	2	ПК-2, ПК-4, ПК-5
5	Регулирование рекламной деятельности	1	2	ПК-2, ПК-4, ПК-5
Итого:		6	14	

4.3. Практические занятия

№	Раздел дисциплины (модуля), темы практических занятий	Объем в академических часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение	4	4	ПК-2, ПК-4, ПК-5
2	Организация и управление рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке	4	8	ПК-2, ПК-4, ПК-5
3	Оценка эффективности рекламной кампании	8	12	ПК-2, ПК-4, ПК-5
4	Основы медиапланирования	6	12	ПК-2, ПК-4, ПК-5
5	Регулирование рекламной деятельности	6	8	ПК-2, ПК-4, ПК-5
Итого:		28	42	

4.4. Лабораторные работы не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины (модуля)	Вид самостоятельной работы	Объем в академических часах	
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Раздел 1. Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	8	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	1
	Подготовка к индивидуальным занятиям	2	1
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	1
Раздел 2. Организация и управление рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	8	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	1
	Подготовка к индивидуальным занятиям	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
Раздел 3. Оценка эффективности рекламной кампании	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	8	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к индивидуальным занятиям	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
Раздел 4. Основы медиапланирования	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	10	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	4	2
	Подготовка к индивидуальным занятиям	4	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	1
Раздел 5. Регулирование рекламной деятельности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	8	6
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к индивидуальным занятиям	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	1
Итого:		74	52

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

1. Евдокимова Е.А. Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность в АПК» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело, направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке – Мичуринск, 2022.

4.6. Курсовое проектирование не предусмотрено

4.7. Содержание разделов дисциплины (модуля)

Раздел 1. Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение.

Понятие рекламной деятельности. Система информационного обеспечения рекламы. Сущность, черты, задачи и функции рекламы. Классификация рекламы. Критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы. Классификация рекламных средств.

Раздел 2. Организация и управление рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке.

Рекламные агентства: понятие, функции, типы. Организационная структура рекламного агентства. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Планирование рекламной работы на предприятиях АПК . Организация и планирование рекламных кампаний в АПК.

Раздел 3. Оценка эффективности рекламной кампании.

Подходы к определению эффективности рекламной деятельности. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность применения средств рекламы.

Раздел 4. Основы медиапланирования.

Основные этапы медиапланирования. Рекламный бюджет и методы его разработки. Распределение рекламного бюджета.

Раздел 5. 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.

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 – проведение практических исследований, круглый стол, дискуссии, работа в малых группах
Самостоятельная работа	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к 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, оценки ответов обучающегося на коллоквиумах, решения задач повышенной сложности – рефераты, коллоквиум; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, и компетентностно-ориентированные задания, контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Рекламная деятельность в АПК».

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Рекламная деятельность в АПК»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины (модуля)	Код контролирующей компетенции	Оценочное средство	
			наименование	кол-во
1	Введение в рекламную деятельность в АПК. Рекламные средства и их применение	ПК-2, ПК-4, ПК-5	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	31 5 20
2	Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров и услуг	ПК-2, ПК-4, ПК-5	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	25 7 5
3	Оценка эффективности рекламной кампании	ПК-2, ПК-4, ПК-5	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	15 6 5
4	Основы медиапланирования	ПК-2, ПК-4, ПК-5	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	11 6 4
5	Регулирование рекламной деятельности	ПК-2, ПК-4, ПК-5	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	18 7 6

6.2. Перечень вопросов для зачета

1. Понятие рекламной деятельности в АПК (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
2. Система информационного обеспечения рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
3. Сущность рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
4. Черты рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
5. Задачи рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
6. Функции рекламы ПК-2, ПК-4, ПК-5)
7. Классификация рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
8. Критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
9. Классификация рекламных средств (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
10. Реклама в прессе (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
11. Печатная реклама (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
12. Аудиовизуальная реклама (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
13. Выставки и ярмарки как средство рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
14. Рекламные сувениры (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
15. Телереклама (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
16. Радиореклама ПК-2, ПК-4, ПК-5)
17. Наружная реклама (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
18. Прямая почтовая реклама (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
19. Мероприятия Паблик рилейшнз как средство рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
20. Компьютеризированная реклама (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
21. Рекламные агентства: понятие, функции, типы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
22. Организационная структура рекламного агентства (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
23. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
24. Планирование рекламной работы на предприятии (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
25. Организация и планирование рекламных кампаний (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
26. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
27. Экономическая эффективность рекламных мероприятий (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
28. Психологическая эффективность применения средств рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
29. Основные этапы медиапланирования (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
30. Рекламный бюджет и методы его разработки (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
31. Распределение рекламного бюджета (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
32. Необходимость регулирования рекламной деятельности (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
33. Регулирование рекламной деятельности за рубежом (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
34. Роль Федерального закона РФ «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
35. Содержание закона РФ «О рекламе» (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
36. Ответственность участников рекламного процесса (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
37. Международный кодекс рекламной практики (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
38. Основные проблемы рекламы на внешних рынках (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
39. Стандартизация и адаптация рекламы (ПК-2, ПК-4, ПК-5)
40. Стадии, определяющие эффективность рекламного коммуникационного процесса на внешних рынках (ПК-2, ПК-4, ПК-5)

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(модуль) имеет итоговый рейтинг -100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного (10 баллов).

рительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины с изучением теоретических основ рекламной деятельности в АПК. - умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований по вопросам рекламного деятельности в АПК; - грамотное владение методами оценки эффективности рекламной кампании. На этом уровне обучающийся способен творчески применять полученные знания путем самостоятельного конструирования способа деятельности, поиска новой информации. 	тестовые задания (30-40 баллов); реферат (7-10 баллов); вопросы для зачета (38-50 баллов)
Базовый (50 -74 балла) – «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных концептуальных и методологических положений рекламной деятельности в АПК; - умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстрации теоретических положений; - владение приемами расчета показателей оценки эффективности рекламной кампании. <p>На этом уровне обучающимся используется комбинирование известных алгоритмов и приемов деятельности, эвристическое мышление.</p>	тестовые задания (20-29 баллов); реферат (5-8 баллов); вопросы для зачета (25-37 балл)
Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - поверхностное знание теоретических основ рекламной деятельности - умение осуществлять поиск методов и средств в организации и управлении рекламной деятельностью на агропродовольственном рынке; - поверхностное владение методами и средствами оценки эффективности рекламной кампании. <p>На этом уровне обучающийся способен по памяти воспроизводить ранее усвоенную информацию и применять методы оценки эффективности рекламной</p>	тестовые задания (14-19 баллов); реферат (4-6 балла); вопросы для зачета (17-24 баллов)

<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «не засчитено»</p>	<p>кампании.</p> <p>- незнание концептуальных и методологических основ рекламной деятельности в АПК; приблизительное представление о предмете и методах дисциплины; отрывочное, без логической последовательности изложение материала;</p> <p>- невладение методами и средствами оценки эффективности рекламной кампании.</p> <p>На этом уровне обучающийся не способен самостоятельно принимать решения в области организации и управлении рекламной деятельностью на агропроповедиционном рынке.</p>	<p>тестовые задания (0-13 баллов); реферат (0-4 балла); вопросы для зачета (до - 17 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

7.1. Учебная литература

1. Евдокимова Е.А. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Рекламная деятельность в АПК» для направления 38.04.06. «Торговое дело» – Мичуринск, 2022.
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 200 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-19127-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/555988>
3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 453 с. – (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/551845>
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 185 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16844-0. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/531879>

7.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>
2. Справочная правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru/>
3. Справочная правовая система «Кодекс» <http://www.Kodeks.ru/>
4. Сайт статистики <http://www.cbr.ru/>
5. Правительство РФ – <http://government.ru/>
6. Администрация Тамбовской области - www.regadm.tambov.ru.
7. Министерство экономического развития и торговли – www.economy.gov.ru
8. Министерство финансов Российской Федерации – www.minfin.ru
9. Министерство регионального развития РФ – www.minregion.ru
10. Федеральная налоговая служба – www.nalog.ru

11. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/>
12. Словари и энциклопедии ON Line. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>
13. Министерство сельского хозяйства РФ –<http://www.aris.ru>,<http://www.mcx.ru>/
14. Университетская библиотека онлайн. Раздел «Экономика, коммерция, финансы» <http://biblioclub.ru>.
15. Интернет библиотека IQlib. - Режим доступа: <http://www.iqlib.ru>
16. <http://dlib.eastview.com/browse/publication/9265> - научно-практический журнал «Экономист»
17. <http://www.businessproect.com> – Информационный сайт «Бизнес»
18. <http://www.akdi.ru> - «АКДИ Экономика и жизнь».
19. <http://www.econom.nsc.ru/eco> - «Всероссийский экономический журнал».
20. <http://www.vopreco.ru> – «Вопросы экономики».
21. <http://www.top-manager.ru> – Издательский дом «TopManager»
22. <http://www.expert.ru> – Журнал «Эксперт»
23. <http://www.ruseconomy.ru/archive.html> - Журнал «Экономика России XXI век»
24. <http://www.businesspress.ru> – Деловая пресса;
25. <http://www.garant.ru> – Гарант;
26. <http://www.nta-rus.ru> – Национальная торговая ассоциация;
27. <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
28. <http://www.rtpress.ru> – Российская торговля;
29. <http://www.torgrus.ru> – Новости и технологии торгового бизнеса.

7.3. Методические указания по освоению дисциплины

1. Евдокимова Е.А. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Рекламная деятельность в АПК» для направления 38.04.06. «Торговое дело» - Мичуринск, 2022.
2. Евдокимова Е.А. Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность в АПК» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке – Мичуринск, 2022.
3. Евдокимова Е.А. Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Рекламная деятельность в АПК» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке – Мичуринск, 2022.

7.4. 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.

7.4.1 Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 03.04.2024 № б/н (Сетевая электронная библиотека))
2. 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 09.04.2024 № 04-УТ/2024)
3. 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 26.04.2024 № 1901/БП22)
4. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 07.05.2024 № 6555)
5. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)
6. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 02.02.2024 № 101/НЭБ/4712-п)
7. 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 плоскотипного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.4.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 28.02.2025 № 12413 /13900/ЭС).
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 28.02.2025 № 194-01/2025).

7.4.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 05.09.2024 № 512/2024)
2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - [https://elibrary.ru/](https://elibrary.ru)
3. Портал открытых данных Российской Федерации - [https://data.gov.ru/](https://data.gov.ru)
4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

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

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяющееся)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)

			страняемое)	и БД (при нали- чии)	
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензион- ное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бес- срочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензион- ное	https://reestr.digit.al.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензион- ный договор с ООО «Софтекс» от 09.12.2024 № б/н, срок дейст- вия: с 09.12.2024 по 09.12.2025
3	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензион- ное	https://reestr.digit.al.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 03641000008190 00012 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «Р7-Офис» (десктопная версия)	АО «Р7»	Лицензион- ное	https://reestr.digit.al.gov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софтекс» от 24.10.2023 № 03641000008230 00007 срок действия: бессрочно
5	Операционная система «Альт Образование»	ООО "Базальт свободное программное обеспечение"	Лицензион- ное	https://reestr.digit.al.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софтекс» от 24.10.2023 № 03641000008230 00007 срок действия: бессрочно
6	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiaus.ru)	АО «Анти-плагиат» (Россия)	Лицензион- ное	https://reestr.digit.al.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 23.05.2024 № 8151, срок дей- ствия: с 23.05.2024 по 22.05.2025
7	Acrobat Reader	Adobe	Свободно	-	-

	- просмотр документов PDF, DjVU	Systems	распространяемое		
8	- Foxit Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOWiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>
2. Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области (Тамбовстат). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://tmb.gks.ru/>
4. Сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации Электронный ресурс. Режим доступа: <http://mcx.ru>
5. <http://www.rucont.ru>
6. <http://www.edu.ru>
7. Комплект регулярно обновляемых кафедральных электронных учебников.
8. Электронные издание учебников и учебных пособий, а также учебно-методических указаний в библиотеке университета и сети интернет.

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

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

7.4.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Практические занятия	ПК-2 – Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации ПК-4 – Способен к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, к разра-

			<p>ботке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p> <p>ПК-5 – Способен к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>
--	--	--	---

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает: компьютерный класс, мультимедийную аппаратуру; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки), наглядные пособия в виде плакатов и стендов в специализированных аудиториях.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная д.101 - 1/403)	<p>1. Проектор Acer (инв. № 1101047180) Экран рулонный 2. Компьютер Celeron D 430 (инв. № 2101045094) 3. Стенд (инв. №1101043023) 4. Стенд (инв. №1101043022)</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p> <p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.</p>	<p>1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия № 65291658).</p>
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текуще-	<p>1. Компьютер DualCore, мат плата AsusP5G41C-MLX, опер. память 2048 Mb, монитор 19" (инв. № 2101045266, 2101045265, 2101045264, 2101045263, 2101045262, 2101045261, 2101045260, 2101045259, 2101045258, 2101045257, 2101045256, 2101045255, 2101045254, 2101045253,</p>	<p>1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия № 65291658). 3. Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 4. Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 5. Statistica Base 6 (договор от</p>

го контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экономики) (ул. Интернациональная д.101 - 1/405)	2101045252) 2. Коммутатор DES ((инв. №1101043026) 3. Концентратор (инв. №2101061683) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.	12.01.2012 № 6/12/A) Профессиональные базы данных: 1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/ . 2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. – Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287 . 3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/ . 4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/ . 5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.e-disclosure.ru/ .
Помещение для самостоятельной работы (компьютерный класс) (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115)	1. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045275) 2. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045276) 3. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045277) 4. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045278) 5. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045279) 6. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045280) 7. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045281) 8. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045274) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.	1. Microsoft Windows XP Professional Russian от 31.12.2006 № 18495261 2. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian 3. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261: Microsoft Windows XP Professional Russian) Профессиональные базы данных: 1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/ . 2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. – Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287 . 3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/ . 4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/ .

		stics/importexchange/. 5. Центр корпоративной ин-формации. – Режим доступа: http://www.e-disclosure.ru/ .
--	--	---

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Рекламная деятельность в АПК» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 982.

Авторы: профессор кафедры экономики и коммерции,
доктор экономических наук

Касторнов Н.П.

доцент кафедры экономики и коммерции к.э.н.

Евдокимова Е.А.

Рецензент: Зав. кафедрой управления и делового
администрирования, доктор экономических наук

Карамнова Н.В.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «22» апреля 2021 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «12» апреля 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 11 от «14» мая 2024 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от «21» мая 2024 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 9 от «23» мая 2024 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 11 от «08» апреля 2025 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «15» апреля 2025 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «23» апреля 2025 г.

Оригинал документа хранится на кафедре