

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол № 7 от 22 апреля 2026 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
Р.А. Чмир
«22» апреля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль) Коммерческая деятельность в АПК
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Мичуринск, 2026 г

.Цели освоения дисциплины (модуля)

Основными целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- вооружить обучающихся научными и практическими знаниями по организации рекламной деятельности в коммерции и товароведении;
- 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:

08. (043 Экономист предприятия утв. приказом Минтруда России от 30.03. 2021 №161н)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина (модуль) «Рекламная деятельность» (Б1.В.03) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений программы обучения бакалавров по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Для успешного освоения дисциплины обучающийся должен овладеть знаниями, приобретенными в результате освоения следующих предшествующих дисциплин: маркетинга, логистики, менеджмента, коммерческой деятельности, правового регулирования профессиональной деятельности.

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины, используются при изучении организации и управлении коммерческой деятельности, мерчендайзинге и других дисциплин, а также при выполнении учебно-исследовательских аналитических работ при выполнении курсовых работ, прохождении производственных практик 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:

Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации (код – А / 01.6)

Трудовые действия:

Выполнение расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих профессиональных компетенций:

ПК-1 –Способен организовать и осуществлять коммерческую деятельность в том числе с использованием цифровых технологий

Планируемые результаты обучения* (индикаторы достижения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ПК-1				

ИД-2 ПК-1—Осуществляет расчеты по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимым для осуществления коммерческой деятельности с применением компьютерных программ	Не в состоянии осуществлять расчеты по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимым для осуществления коммерческой деятельности с применением компьютерных программ	Удовлетворительно осуществляет расчеты по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимым для осуществления коммерческой деятельности с применением компьютерных программ	Хорошо осуществляет расчеты по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимым для осуществления коммерческой деятельности с применением компьютерных программ	Отлично осуществляет расчеты по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимым для осуществления коммерческой деятельности с применением компьютерных программ
---	--	---	--	---

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- 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:

- выявлять потребности покупателей товаров, удовлетворять и формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций;
- анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- 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:

- способность изучать и прогнозировать спрос потребителей;
- приёмами расчёта показателей рекламной деятельности организаций;
- методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер и отраслей;
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области рекламной деятельности.

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

Разделы, темы дисциплины	Компетенция	Общее количество компетенций
	ПК-1	
Предмет, метод и задачи рекламы	×	1

История возникновения и развития рекламы	×	1
Социально-психологические основы рекламы	×	1
Основные средства маркетинговых коммуникаций	×	1
Правовое регулирование рекламной деятельности	×	1
Классификация рекламных средств	×	1
Рекламные средства и их применение	×	1
Организация, управление и планирование рекламной деятельности	×	1
Основы разработки рекламных объявлений и текстов	×	1
Эффективность рекламной деятельности	×	1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Всего акад. часов	
	очная форма обучения (бсеместр)	очно-заочная обучения (7 семестр)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа	64	64
Аудиторные занятия, в т.ч.	64	64
Лекции	32	16
Практические занятия, всего	32	32
Самостоятельная работа, в т.ч.	8	24
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	6
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
выполнение индивидуальных заданий	2	6
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	6
Контроль	36	36
Вид итогового контроля	экзамен	экзамен

4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	Предмет, метод и задачи рекламы	2	1	ПК-1

2	История возникновения и развития рекламы	2	1	ПК-1
3	Социально-психологические основы рекламы	2	1	ПК-1
4	Основные средства маркетинговых коммуникаций	2	1	ПК-1
5	Правовое регулирование рекламной деятельности	4	2	ПК-1
6	Классификация рекламных средств	4	2	ПК-1
7	Рекламные средства и их применение	4	2	ПК-1
8	Организация, управление и планирование рекламной деятельности	4	2	ПК-1
9	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	4	2	ПК-1
10	Эффективность рекламной деятельности	4	2	ПК-1
ИТОГО		32	16	

4.3. Практические занятия

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

ИТОГО	32	32	
-------	----	----	--

4.4. Лабораторные занятия не предусмотрены

4.5 Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем акад. 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)		0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата		0,5
	Выполнение индивидуальных заданий		0,5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)		0,5
2. История возникновения и развития рекламы	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)		0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата		0,5
	Выполнение индивидуальных заданий		0,5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)		0,5
3. Социально-психологические основы рекламы	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)		0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата		0,5
	Выполнение индивидуальных заданий		0,5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)		0,5
4. Основные средства маркетинговых коммуникаций	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)		0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата		0,5
	Выполнение индивидуальных заданий		0,5

	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)		0,5
5. Правовое регулирование рекламной деятельности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)		0,5
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата		0,5
	Выполнение индивидуальных заданий		0,5
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)		0,5
6. Классификация рекламных средств	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)		0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата		0,5
	Выполнение индивидуальных заданий		0,5
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)		0,5
7. Рекламные средства и их применение	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	0,5	0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	0,5	0,5
	Выполнение индивидуальных заданий	0,5	0,5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	0,5	0,5
8. Организация, управление и планирование рекламной деятельности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	0,5	0,5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	0,5	0,5
	Выполнение индивидуальных заданий	0,5	0,5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	0,5	0,5
9. Основы разработки рекламных объявлений и текстов	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	0,5	1
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	0,5	1
	Выполнение индивидуальных заданий	0,5	1

	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	0,5	1
10. Эффективность рекламной деятельности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	0,5	1
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	0,5	1
	Выполнение индивидуальных заданий	0,5	1
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	0,5	1
Итого		8	24

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

1. Евдокимова Е.А. Методические указания по выполнению самостоятельной работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (профиль) Коммерческая деятельность в АПК, Мичуринск, 2022.

2. Евдокимова Е.А. Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (профиль) Коммерческая деятельность в АПК, Мичуринск, 2022

4.6. Выполнение контрольной работы не предусмотрено учебным планом

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.

8. Организация, управление и планирование рекламной деятельности.

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

В форме практической подготовки. Организация и планирование рекламной компании на предприятии. Исследование рынка. Обоснование вида рекламной компании. Этапы проведения рекламной компании. Разработка бюджета рекламной компании и оценка ее эффективности.

9. Основы разработки рекламных объявлений и текстов.

Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений. Выбор средств распространения рекламы. Творческая стратегия.

10. Эффективность рекламной деятельности.

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

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, оценки ответов обучающегося на коллоквиумах, решения задач повышенной сложности – рефераты, коллоквиум и задачи повышенной сложности; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета и экзамена – 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».

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

«Рекламная деятельность»

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

6.2. Перечень вопросов для экзамена

1. Понятие, сущность и задачи рекламы. (ПК-1)
2. Предмет и методологические основы курса. (ПК-1)
3. Межпредметные связи курса. (ПК-1)
4. Реклама в государствах древнего мира. (ПК-1)
5. Развитие рекламы в Западной Европе и США. (ПК-1)
6. Реклама в России. (ПК-1)
7. Реклама как метод управления людьми. (ПК-1)
8. Процесс воздействия и восприятия рекламы. (ПК-1)
9. Система маркетинговых коммуникаций. (ПК-1)
10. Психология потребительской мотивации поведения покупателя. (ПК-1)
11. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. (ПК-1)
12. Коммерческая пропаганда. (ПК-1)
13. Стимулирование сбыта. (ПК-1)
14. Личная продажа. (ПК-1)
15. Федеральный закон «О рекламе». (ПК-1)

16. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. (ПК-1)
17. Ответственность за ненадежную рекламу. (ПК-1)
18. Кодекс рекламной практики. (ПК-1)
19. Основные признаки классификации рекламных средств. (ПК-1)
20. Основные элементы средств рекламы и требования предъявляемые к ним. (ПК-1)
21. Выбор рекламных средств. (ПК-1)
22. Реклама в прессе. (ПК-1)
23. Печатная реклама. (ПК-1)
24. Аудиовизуальная реклама. (ПК-1)
25. Радио- и теле реклама. (ПК-1)
26. Выставки и ярмарки. (ПК-1)
27. Рекламные сувениры. (ПК-1)
28. Прямая почтовая реклама. (ПК-1)
29. Наружная реклама. (ПК-1)
30. Мероприятия паблик рилейшнз. (ПК-1)
31. Компьютеризированная реклама. (ПК-1)
32. Виды и средства торговой рекламы (предложенные Международной ассоциацией). (ПК-1)
33. Витрины, их виды, классификация и требования к ним. (ПК-1)
34. Устройство витрин. (ПК-1)
35. Витринный инвентарь и материалы для оформления витрин. (ПК-1)
36. Правила разработки композиции витринной выставки. (ПК-1)
37. Основные принципы составления рекламных текстов. (ПК-1)
38. Художественное оформление рекламных текстов. (ПК-1)
39. Выбор средств распространения рекламы. (ПК-1)
40. Коммуникация. Событие. Диалог. (ПК-1)
41. Составляющие рекламного текста. (ПК-11)
42. Основные приемы воздействия на психологию клиента при создании рекламного текста. (ПК-1)
43. Рекламная деятельность оптовых предприятий. (ПК-1)
44. Рекламная деятельность промышленных предприятий. (ПК-1)
45. Сотрудничество в рекламной деятельности промышленных и розничных предприятий. (ПК-1)
46. Принципы построения рекламы. Стилистические формы. (ПК-1)
47. Стилиевые приемы при составлении рекламного текста. (ПК-1)
48. Типы воздействия на сознание. Типология рекламных сообщений. (ПК-1)
49. Особенности составления рекламного текста в газетах и журналах, на телевидении, на радио, в почтовой рекламе. (ПК-1)
50. Понятие фирменного стиля, его составные элементы. (ПК-1)
51. Понятие товарных знаков и требования, предъявляемые к ним. Порядок регистрации товарных знаков. (ПК-1)
52. Коллективный знак. (ПК-1)
53. Использование товарного знака. (ПК-1)
54. Передача товарного знака и прекращение правовой охраны товарного знака. (ПК-1)
55. Понятие и сущность паблик рилейшнз. (ПК-1)
56. История развития паблик рилейшнз. (ПК-1)
57. Цели, задачи и функции паблик рилейшнз. (ПК-1)
58. Работа служб паблик рилейшнз со СМИ. (ПК-1)
59. Отношения предприятий с потребителями. (ПК-1)
60. Организация мероприятий паблик рилейшнз. (ПК-1)
61. Рекламные агентства и их функции. (ПК-1)

62. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. (ПК-1)
63. Планирование рекламной работы на предприятии. (ПК-1)
64. Организация и планирование рекламных кампаний. (ПК-1)
65. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. (ПК-1)
66. Психологическая эффективность применения средств рекламы. (ПК-1)

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

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол. баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) - «отлично» -	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 – полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины; – умение применять методы рекламной деятельности; ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований, выявлять потребности покупателей товаров, удовлетворять и формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка; – владение приемами расчета показателей рекламной деятельности; методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер, способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области рекламной деятельности.	Тестовые задания (30-40 баллов); реферат (7-10 баллов); вопросы для экзамена (38-50 баллов)
Базовый (50 -74 балла) – «хорошо» -	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. – знание учебного материала из разных разделов дисциплины – умение применять методы рекламной деятельности; ясно излагать изученный материал, производить собственные размышления, выявлять потребности покупателей товаров, удовлетворять и формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций;	тестовые задания (20-29 баллов); реферат (5-8 баллов); вопросы для экзамена (25-37 баллов)

	– владение приемами расчета показателей рекламной деятельности; методикой планирования и организации рекламной деятельности предприятий различных сфер	
Пороговый (35 - 49 баллов) – «удовлетворительно» -	Объем работы выполнен на 50-60%; по основным вопросам ответ правильный, но неполный; проблемы в ответах на дополнительные вопросы; проблемы в формулировании собственного мнения. – знание учебного материала из разных разделов дисциплины – умение применять некоторые методы рекламной деятельности, выявлять потребности покупателей товаров; - умение излагать изученный материал – владение некоторыми приемами расчета показателей рекламной деятельности	тестовые задания (14-19 баллов); реферат (4-6 балла); вопросы для экзамена (17-24 баллов)
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «неудовлетворительно» -	Выполнено менее 50% работы; неумение сформулировать правильный и четкий ответ по основным и дополнительным вопросам; неумение формулировать собственное мнение. – незнание учебного материала из разных разделов дисциплины – неумение применять некоторые методы рекламной деятельности, выявлять потребности покупателей товаров, удовлетворять и формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка; - неумение излагать изученный материал – не владение некоторыми приемами расчета показателей рекламной деятельности	тестовые задания (0-13 баллов); реферат (0-4 балла); вопросы для экзамена (до - 17 баллов)

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) «Рекламная деятельность».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Учебная литература

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/48F63921-D1D7-4D24-BD2F-A533447EDC5E.
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и пр-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.

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/](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.mex.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> /есо - «Всероссийский экономический журнал».
20. <http://www.vopreco.ru> – «Вопросы экономики».
21. <http://www.top-manager.ru> – Издательский дом «ТорManager»
22. <http://www.expert.ru> – Журнал «Эксперт»
23. <http://www.ruseconomy.ru/archive.html> - Журнал «Экономика России XXIвек»
24. [http:// www. businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) – Деловая пресса;
25. [http:/ www. garant.ru](http://www.garant.ru) – Гарант;
26. [http:/ www. nta – rus. ru](http://www.nta-rus.ru) – Национальная торговая ассоциация;
27. [http:/ www. rbc. ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
28. [http:/ www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) – Российская торговля;
29. [http:/ www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) – Новости и технологии торгового бизнеса.
- 30.

7.3. Методические указания по освоению дисциплины

1.Евдокимова Е.А. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Рекламная деятельность» для направления подготовки 38.03.06. Торговое дело (профиль) Коммерческая деятельность в АПК, Мичуринск, 2023.

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-библиотечная системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.com/>) (договор на оказание услуг от 01.09.2025 № 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 01.12.2025 № 04-УТ/2025).
3. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 01.09.2025 № 7326).
4. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25).
5. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 02.09.2024 № 101/НЭБ/4712-п).
6. Договор 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» Филиал «Специальная библиотека для слепых им. Н.А. Островского» (<https://www.tambovlib.ru>) (договор о сотрудничестве от 10.10.2024 № 0001).

7.4.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 24.02.2026 № 12760 /13900/ЭС).
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 11.02.2026 № 194-01/2026).

7.4.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 06.11.2025 № 505/2025)
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>

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

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

			распростран яемое)		(при наличии)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионн ое	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатор ия Касперског о» (Россия)	Лицензионн ое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/ ?sphrase_id=415165	Сублицензион ный договор с ООО «Софттекс» от 17.12.2025 № б/н, срок действия: с 18.12.2025 по 17.12.2026
3	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии » (Россия)	Лицензионн ое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/ ?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 036410000081 9000012 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «Р7-Офис» (десктопная версия)	АО «Р7»	Лицензионн ое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/306668/ ?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 036410000082 3000007 срок действия: бессрочно
5	Операционная система «Альт Образование»	ООО "Базальт свободное программно е обеспечени е"	Лицензионн ое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/ ?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 036410000082 3000007 срок действия: бессрочно
6	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiat.ru)	АО «Антиплаги ат» (Россия)	Лицензионн ое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/ ?sphrase_id=2698186	Лицензионны й договор с АО «Антиплагиат » от 16.05.2025 № 10567, срок действия: с 16.06.2025 по 15.06.2026
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/>

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. 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	ИДК
1.	Новые производственные технологии	Лекции Практические занятия	ПК-1 – Способен организовать и осуществлять коммерческую деятельность в том числе с использованием цифровых технологий	ИД-2 ПК-1_Осуществляет расчеты по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимым для осуществления коммерческой деятельности с применением компьютерных программ

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные занятия с обучающимися проводятся в закрепленных за кафедрой экономики и коммерции аудиториях 1/403, 1/405, а также в других аудиториях университета согласно расписанию. 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.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная д.101 - 1/403)	1. Проектор Acer (инв. № 1101047180) Экран рулонный 2. Компьютер Celeron D 430 (инв. № 2101045094) 3. Стенд (инв. №1101043023) 4. Стенд (инв. №1101043022) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.	1. MicrosoftWindowsXP (лицензия № 49413124). 2. MicrosoftOffice 2003 (лицензия № 65291658).
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экономики) (ул. Интернациональная д.101 - 1/ 405)	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, 2101045252) 2. Коммутатор DES ((инв. №1101043026) 3. Концентратор (инв. №2101061683) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.	1. MicrosoftWindows XP (лицензия № 49413124). 2. MicrosoftOffice 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. StatisticaBase 6 (договор от 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/ . 5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.e-disclosure.ru/ .

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Рекламная деятельность» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавра по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело - бакалавриат, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №963

Автор: доцент кафедры экономики и коммерции, к.э.н.

— Евдокимова Е.А.

Рецензент: зав. кафедрой управления
и делового администрирования, д.э.н.

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 № 10 от «15» июня 2021 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол №10 от «22» июня 2021 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 24 июня 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, 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 № 10 от «1» июня 2023 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ. Протокол № 10 от «20» июня 2023 г.

Программа утверждена решением Учебно-методического совета университета протокол № 10 от 22 июня 2023 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 «8 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.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО. Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол Протокол № 9 от «13» апреля 2026 года.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от 20 апреля 2026 года г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 7 от 22 апреля 2026 г

Оригинал документа хранится на кафедре экономики и коммерции