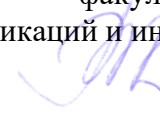




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра сервиса и сервисных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета бизнес-коммуникаций и информатики

В.К. Карнаухова

«20» мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.О.20 Реклама и связи с общественностью в отрасли**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).
Направление подготовки: **43.03.01 Сервис**
(код, наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) подготовки: **Организационно-управленческая деятельность в сфере персональных услуг**
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения: очная
(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий*))

Согласовано с УМК факультета
бизнес-коммуникаций и информатики

Рекомендовано кафедрой сервиса и
сервисных технологий :

Протокол № 10 от «20» мая 2020 г.

Протокол № 10 от «12» мая 2020 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

зав. кафедрой  Н.А. Антонова

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

| | |
|---|----|
| I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | 3 |
| II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО | 3 |
| III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 3 |
| IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРСотведенного на них количества академических часов | 4 |
| 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине. | 6 |
| 4.3 Содержание учебного материала | 10 |
| 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .. | 11 |
| 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов | 12 |
| 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов | 14 |
| 4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) | 21 |
| V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | 21 |
| а) основная литература | 21 |
| б) дополнительная литература | 21 |
| г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы..... | 22 |
| VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 22 |
| 6.1. Учебно-лабораторное оборудование: | 22 |
| 6.2. Программное обеспечение: | 24 |
| 6.3. Технические и электронные средства: | 24 |
| VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ | 25 |
| VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ | 27 |
| 8.1. Оценочные средства текущего контроля..... | 27 |
| 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации | 29 |

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков, достаточный для того, чтобы понимать сущность, структуру, функции, механизмы, специфику рекламной и PR-деятельности в сервисе, владеть системным подходом, основными навыками, необходимыми для продвижения предприятия сервиса на рынке, умением эффективно применять их на практике.

Задачи:

- изучить особенности рекламы, связей с общественностью и других составляющих комплекса маркетинговых коммуникаций в сервисе; рассмотреть организацию и основные этапы осуществления деятельности по рекламе и связям с общественностью;
- изучить структуру и функции рекламных и PR-агентств, взаимодействие предприятия и агентства;
- проанализировать особенности использования каналов продвижения в сервисе;
- дать навыки разработки рекламного и PR-обращения;
- дать представление о современных рекламных и PR-технологиях и комплексном подходе к формированию плана мероприятий по продвижению в условиях ограниченного бюджета;
- дать навыки разработки рекламной кампании, медиаплана, PR-кампании,;
- дать представление о правовом регулировании в сфере рекламы и связей с общественностью.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере продвижения предприятия сервиса и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

Б1.О.04 Культура речи

Б1.В.21 Основы презентации в компьютерных технологиях

Б1.О.03 Психология

Б1.О.22 Маркетинг

Б1.В.ДВ.02.01 Инфографика и визуализация данных

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Б1.В.22 Современные технологии в сервисе

Б1.В.ДВ.04.01 Цифровой маркетинг

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

| Компетенция | Индикаторы компетенций | Результаты обучения |
|--|-------------------------------|--|
| ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов | ОПК-4.1 | Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, потребителей, конкурентов |
| | ОПК-4.2 | Формирует каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: Зач

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

| № п/п | Раздел дисциплины/темы | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | | Самостоятельная работа | Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-------|---|---------|--|------------------------------------|--------------|------------------------|------------------------|---|
| | | | Контактная работа преподавателя с обучающимися | | | Самостоятельная работа | | |
| | | | Лекции | Семинарские (практические занятия) | Консультации | | | |
| 1. | Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. | 6 | 2 | 2 | | 10 | зач | |
| 2. | Брендинг. Корпоративная идентичность. | 6 | 2 | 2 | | 8 | зач | |
| 3. | Разработка рекламного и PR-обращения. | 6 | 2 | 2 | | 10 | зач | |
| 4. | АТЛ-продвижение: наружная, печатная реклама, реклама на радио, ТВ, Интернет | 6 | 2 | 2 | | 16 | зач | |
| 5. | ВТЛ-продвижение: стимулирование сбыта, прямой маркетинг, партизанский, вирусный, ambient-, event-маркетинг, digital-маркетинг | 6 | 2 | 2 | | 16 | зач | |
| 6. | PR в коммерческой сфере: основные направления, инструменты | 6 | 2 | 2 | | 16 | зач | |
| 7. | Планирование и организация рекламной деятельности. Взаимодействие с агентствами. | 6 | 2 | 2 | | 14 | зач | |
| 8. | Бюджет рекламной и PR-кампании. | 6 | 2 | 2 | | 10 | зач | |
| 9. | Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. | 6 | 2 | 2 | | 8 | зач | |
| | | | | | | | | |

| № п/п | Раздел дисциплины/темы | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | | Самостоятельная работа | Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|--------------------|------------------------|---------|--|------------------------------------|--------------|------------------------|------------------------|---|
| | | | Контактная работа преподавателя с обучающимися | | | Самостоятельная работа | | |
| | | | Лекции | Семинарские (практические занятия) | Консультации | | | |
| | | | 18 | 18 | | 108 | 4 | |
| Итого часов | | | 18 | 18 | | 108 | 4 | |

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| Семестр | Название раздела, темы | Самостоятельная работа обучающихся | | | Оценочное средство | Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы |
|---------|---|---|------------------|------------------------|---|---|
| | | Вид самостоятельной работы | Сроки выполнения | Затраты времени (час.) | | |
| 6 | Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; использование компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач;</p> | сентябрь | 10 | Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа | <p>1. Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> <p>3. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы</p> |
| 6 | Брендинг. Корпоративная идентичность. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: конспектирование текста; компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p> | сентябрь | 8 | Проектная работа, презентация, обсуждение | <p>1. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд</p> <p>2. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы</p> |

| Семестр | Название раздела, темы | Самостоятельная работа обучающихся | | | Оценочное средство | Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы |
|---------|---|---|------------------|------------------------|---|--|
| | | Вид самостоятельной работы | Сроки выполнения | Затраты времени (час.) | | |
| 6 | Разработка рекламного и PR-обращения. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: конспектирование текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа;; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач.;</p> | октябрь | 10 | Проектная работа, презентация, обсуждение | <p>1.Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2.Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и Туризме</p> <p>3. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта</p> |
| 6 | ATL-продвижение: наружная, печатная реклама, реклама на радио, ТВ, Интернет | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p> | октябрь | 16 | Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа | <p>1.Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2.Бухтерева О. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> <p>3.Панкратов Ф. Г. Основы рекламы</p> <p>4.Синчурина М. Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности</p> <p>5. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта</p> |

| Семестр | Название раздела, темы | Самостоятельная работа обучающихся | | | Оценочное средство | Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы |
|---------|---|---|------------------|------------------------|--|---|
| | | Вид самостоятельной работы | Сроки выполнения | Затраты времени (час.) | | |
| 6 | ВТЛ- продвижение: стимулирование сбыта, прямой маркетинг, партизанский, вирусный, ambient-, event- маркетинг, digital-маркетинг | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p> | ноябрь | 16 | Проектная работа, презентация, обсуждение контрольная работа | <p>1. Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2. Бухтерева О. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> <p>3. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы</p> <p>4. Синчурина М. Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности</p> |
| 6 | PR в коммерческой сфере: основные направления, инструменты. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: конспектирование текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p> | ноябрь | 16 | Проектная работа, презентация, обсуждение | <p>1. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд</p> <p>2. Бухтерева О. С. Реклама в социально-культурном сервисе и Туризме</p> <p>3. Синчурина М. Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности</p> |

| Семестр | Название раздела, темы | Самостоятельная работа обучающихся | | | Оценочное средство | Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы |
|---------|--|---|------------------|------------------------|---|---|
| | | Вид самостоятельной работы | Сроки выполнения | Затраты времени (час.) | | |
| 6 | Планирование и организация рекламной деятельности. Взаимодействие с агентствами. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; использование компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач;</p> | декабрь | 14 | Проектная работа, презентация, обсуждение | <p>1. Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> <p>3. Бухтерева О. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> |
| 6 | Бюджет рекламной и PR-кампании. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; использование Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач;</p> | декабрь | 10 | Проектная работа, презентация, обсуждение | <p>1. Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> <p>3. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы</p> |

| Семестр | Название раздела, темы | Самостоятельная работа обучающихся | | | Оценочное средство | Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы |
|---|---|---|------------------|------------------------|---|---|
| | | Вид самостоятельной работы | Сроки выполнения | Затраты времени (час.) | | |
| 6 | Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. | <p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p> <p>Подготовка к зачету с оценкой</p> | декабрь | 8 | Презентация, обсуждение, контрольная работа | <p>1. Пименов П. А. Основы рекламы</p> <p>2. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд</p> <p>3. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме</p> |
| Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час) | | | | 108 | | |
| Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час) | | | | 108 | | |
| Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час) | | | | 108 | | |

4.3 Содержание учебного материала

| | |
|--|---|
| Трудоемкость дисциплины (з.е.) | 4 |
| Наименование основных разделов (модулей) | <p>1.Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>2.Брендинг. Корпоративная идентичность.</p> <p>3.Разработка рекламного и PR-обращения.</p> <p>4.ATL-продвижение: наружная, печатная реклама, реклама на радио, ТВ, Интернет</p> <p>5.BTL-продвижение: стимулирование сбыта, прямой маркетинг, партизанский, вирусный, ambient-, event-маркетинг, digital-маркетинг</p> <p>6.PR в коммерческой сфере: основные направления, инструменты.</p> <p>7.Планирование и организация рекламной деятельности. Взаимодействие с агентствами.</p> <p>8.Бюджет рекламной и PR-кампании.</p> <p>9.Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.</p> |
| Формы текущего контроля | тесты, контрольные работы, практические занятия |

| | |
|--------------------------------|-----|
| Форма промежуточной аттестации | Зач |
|--------------------------------|-----|

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

| № п/п | № раздела и темы дисциплины (модуля) | Наименование семинаров, практических и лабораторных работ | Трудоемкость (час.) | Оценочные средства | Формируемые компетенции |
|-------|---|--|---------------------|---|-------------------------|
| 1 | Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. | Основные и комплексные средства маркетинговых коммуникаций. Понятие ATL и BTL продвижения. Цели рекламы и PR (связей с общественностью). Сегментирование. Целевая аудитория. | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа | ОПК-4 |
| 2 | Брендинг. Корпоративная идентичность. | Бренд и брендинг. Корпоративная идентичность. Нейминг. Фирменный стиль. | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, | ОПК-4 |
| 3 | Разработка рекламного и PR-обращения. | Рекламное и PR-воздействие. Модель AIDA. Мотивы и потребности клиентов. Технологии воздействия на потребителей. | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, | ОПК-4 |
| 4 | ATL-продвижение: наружная, печатная реклама, реклама на радио, ТВ, Интернет | ATL-продвижение: создание наружной рекламы, листовки, сценария рекламы на радио, продвижение в Интернете, разработка контент-плана для SMM. | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа | ОПК-4 |
| 5 | BTL-продвижение: стимулирование сбыта, прямой маркетинг, партизанский, вирусный, ambient-, event-маркетинг, | BTL-продвижение: партизанский, вирусный, ambient-, event-маркетинг - разработка нестандартного мероприятия/объекта | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа | ОПК-4 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|-------|
| | digital-маркетинг | | | | |
| 6 | PR в коммерческой сфере: основные направления, инструменты. | Разработка плана PR-мероприятий | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, | ОПК-4 |
| 7 | Планирование и организация рекламной деятельности. Взаимодействие с агентствами | Составление плана рекламной и PR-деятельности для фирмы. Составление брифа. | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, | ОПК-4 |
| 8 | Бюджет рекламной и PR-кампании. | Формирование бюджета рекламной и PR-деятельности для фирмы | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, | ОПК-4 |
| 9 | Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. | Методы оценки эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности PR-деятельности | 2 | Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа | ОПК-4 |

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

| № п/п | Тема | Задание | Формируемая компетенция | ИДК |
|-------|---|---|-------------------------|---------|
| 1 | Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. | Изучить 2 основные классификации маркетинговых коммуникаций: - основные и комплексные средства; - ATL и BTL средства продвижения. Изучить цели рекламы и PR (связей с общественностью) Рассмотреть понятия «сегментирование», «целевая аудитория». Придумать идею для своего бизнеса, кратко описать компанию и сегмент потребителей. Оформить работу над проектом в виде мультимедийной презентации. | ОПК-4 | ОПК-4.2 |

| | | | | |
|---|---|---|-------|--------------------|
| | | Подготовиться к контрольной работе. | | |
| 2 | Брендинг. Корпоративная идентичность. | Рассмотреть понятия «бренд» и «брендинг», корпоративная идентичность». Изучить критерии хорошего имени для компании, этапы и технологии создания названия. Рассмотреть понятие, функции, элементы, носители фирменного стиля. Разработать название и фирменный стиль для своей компании, продолжать оформление презентации проекта. | ОПК-4 | ОПК-4.1 ОПК-4.2 |
| 3 | Разработка рекламного и PR-обращения. | Изучить механизмы рекламного и PR-воздействия, модель AIDA. Повторить мотивы и потребности клиентов. Технологии воздействия на потребителей. Разработать слоган для своей компании, продолжить презентацию. | ОПК-4 | ОПК-4.1 ОПК-4.2 |
| 4 | ATL-продвижение: наружная, печатная реклама, реклама на радио, ТВ, Интернет | Ознакомиться с различными средствами рекламы. Подготовиться к контрольной работе. Для своей компании создать листовку, написать заметку, сценарий радиоролика, разработать контент-план для SMM и примеры постов. | ОПК-4 | ОПК-4.2 |
| 5 | BTL-продвижение: стимулирование сбыта, прямой маркетинг, партизанский, вирусный, ambient-, event-маркетинг, digital-маркетинг | Ознакомиться с различными видами BTL-продвижения. Подготовиться к контрольной работе. Для своей компании разработать нестандартный объект наружной рекламы, разработать план мероприятия для продвижения компании. | ОПК-4 | ОПК-4.2 |
| 6 | PR в коммерческой сфере: основные направления, инструменты. | Изучить основные направления и инструменты PR в коммерческой деятельности. | ОПК-4 | ОПК-4.2 |

| | | | | |
|---|--|---|-------|--------------------|
| 7 | Планирование и организация рекламной деятельности. Взаимодействие с агентствами. | Изучить этапы планирования и организации рекламной деятельности. Составить бриф для рекламного агентства. Разработать план рекламных и PR-мероприятий для своей компании. | ОПК-4 | ОПК-4.1 ОПК-4.2 |
| 8 | Бюджет рекламной и PR-кампании. | Изучить методы формирования бюджета на рекламу и PR. Сформировать бюджет рекламной и PR-кампании. | ОПК-4 | ОПК-4.1 |
| 9 | Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. | Рассмотреть методы оценки эффективности рекламной и PR-деятельности. Подготовиться к контрольной работе. Подготовиться к зачету. | ОПК-4 | ОПК-4.1 ОПК-4.2 |

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам

составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинарскому занятию. Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинару-конференции. Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

Подготовка к коллоквиуму. Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по

каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к зачету (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Написание реферата Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной

темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Написание эссе Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Подготовка доклада Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и

библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Выполнение кейс-задания Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на

основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Составление тематического портфолио работ Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом

основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач. **Использование инфографики** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. **30 Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титольный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами,

выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Пименов, Павел Алексеевич. Основы рекламы : учеб. пособие для студ. вузов / П. А. Пименов. - М. : Гардарики, 2006. - 399 с. : ил. ; 22 см. - ISBN 5-8297-0218-5 :

Экз-ры: нф А591417; сирфак 22503(16 экз.)

2. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд [Текст] : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. ; 21 см. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0656-7 :

Экз-ры: нф А633011; сирфак 32838(19 экз.)

3. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учеб. для студ., вузов / Ред. Л. М. Дмитриева. - М. : Экономистъ, 2006. - 638 с. – 56 экз.

б) дополнительная литература

1. Бухтерева, Ольга Станиславовна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие / О. С. Бухтерева. - М. : Дашков и К', 2010. - 208 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 204-208. - ISBN 978-5-91131-184-1

Экз-ры: нф А621681; сирфак 31530(1 экз.)

2. Панкратов, Федор Григорьевич. Основы рекламы [Текст] : учеб. для студ. вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2007. - 532 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 526-531. - ISBN 5-91131-208-5 10

Экз-ры: сирфак 24832(45 экз.);

3. Синчурина, Марина Георгиевна. Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности : учеб. пособие / М. Г. Синчурина, Е. А. Терпугова ; Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т), Иркутский гос. ун-т. - М. : Изд-во МГИМО

(Университет) МИД России, 2007. - 383 с. : цв. ил. ; 21 см. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-9228-0282-6

Экз-ры: сирфак 27580(100 экз.);

4. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студ. вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 2-е изд., стер. - М. : Академия, 2005. - 334 с. : ил. ; 21 см. - (Высшее профессиональное образование : туризм). - Библиогр.: с. 330-331. - ISBN 5-7695-2400-6

Экз-ры: сирфак 23437(49 экз.)

5. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 4-е изд., стер. - М. : Академия, 2008. - 288 с. ; 21 см. - (Высшее профессиональное образование: Туризм). - Библиогр.: с. 285-286. - ISBN 978-5-7695-4852-9

Экз-ры: сирфак 30884(1 экз.)

6. федеральные законы и нормативные документы
ФЗ-38 Закон о рекламе

в) периодическая литература

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|--|---|
|--|--|---|

| | | |
|--|---|---|
| <p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p> | <p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot-3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> | <p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcDmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p> |
| <p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования</p> | <p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic</p> | <p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcDmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> |

| | | |
|--|---|---|
| (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской | VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации. | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177 |
|--|---|---|

6.2. Программное обеспечение:

| № | Наименование Программного продукта | Кол-во | Обоснование для пользования ПО | Дата выдачи лицензии | Срок действия права пользования |
|-----|--|-------------------------|---|-------------------------|---------------------------------|
| 1. | 1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2 1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8 | 30 | Пер №8972331 | 2015 | бессрочно |
| 2. | AdobeAcrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms | 12 | 11447921 Государственный контракт № 03-019-13 | 19.06.2013 | бессрочно |
| 3. | BusinessStudio 4.0 | 50 | Лицензия № 7464 | 2015 | бессрочно |
| 4. | Directum 5.1 | 30 | Лицензия № 26057 | 2016 | 1год |
| 5. | Java 8 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html | Условия правообладателя | бессрочно |
| 6. | Joomla 3.6 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL | Условия правообладателя | бессрочно |
| 7. | Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level | 25 | Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009 | 01.12.2009 | бессрочно |
| 8. | Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level | 10 | Номер Лицензии Microsoft 42095516 | 27.04.2007 | бессрочно |
| 9. | Microsoft SQL Server 2012 | 1 | Номер Лицензии Microsoft 65343111 | | бессрочно |
| 10. | Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise | 1 | Номер Лицензии Microsoft 49413875 | | бессрочно |
| 11. | Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo | 12 | Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009 | 01.12.2009 | бессрочно |
| 12. | Microsoft®WinSL 8.1 Russian Academic OLP ILicense NoLevel | 130 | Microsoft Invoice Number: 9564547610 | 22.12.2014 | бессрочно |

| | | | | | |
|-----|-----------------------------------|-------------------------|---|-------------------------|-----------|
| | Legalization GetGenuine | | ООО 'ИЦ 'Сиброн' | | |
| 13. | OpenOffice 4.1.3 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html | Условия правообладателя | бессрочно |
| 14. | Perl 5.24.0 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/ | Условия правообладателя | бессрочно |
| 15. | Postgresql 9.6.1 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/licence/ | Условия правообладателя | бессрочно |
| 16. | Protege | 100 | Условия использования по ссылке: http://protege.stanford.edu/support.php | Условия правообладателя | бессрочно |
| 17. | Python 3 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://docs.python.org/3/license.html | Условия правообладателя | бессрочно |
| 18. | UbuntuLinux 16.04.1 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms | Условия правообладателя | бессрочно |
| 19. | VirtualBox 5.1 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL | Условия правообладателя | бессрочно |
| 20. | Евфрат-Документооборот, версия 15 | 20 | многопользовательская лицензия № 0221209 | 2015 | бессрочно |

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

1.

| | |
|---------------------|---|
| Проблемное обучение | Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит |
|---------------------|---|

| | | |
|---|--|--|
| | | творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности |
| Разноуровневое обучение | | У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья. |
| Проектные методы обучения | | Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению |
| Исследовательские методы в обучении | | Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося |
| Лекционно-семинарско-зачетная система | | Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся |
| Информационно-коммуникационные технологии | | Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ. |

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

| № | Тема занятия | Вид занятия | Форма / Методы интерактивного обучения | Кол-во часов |
|-------------|---|-------------|--|--------------|
| 1 | Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 2 | Брендинг. Корпоративная идентичность. | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 3 | Разработка рекламного и PR-обращения. | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 4 | ATL-продвижение: наружная, печатная реклама, реклама на радио, ТВ, Интернет | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 5 | BTL-продвижение: стимулирование сбыта, прямой маркетинг, партизанский, вирусный, ambient-, event-маркетинг, digital-маркетинг | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 6 | PR в коммерческой сфере: основные направления, инструменты | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 7 | Планирование и организация рекламной деятельности. Взаимодействие с агентствами. | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 8 | Бюджет рекламной и PR-кампании. | семинар | проект, дискуссия | 2 |
| 9 | Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. | семинар | проект, дискуссия | |
| Итого часов | | | | 18 |

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

| № п\п | Вид контроля | Контролируемые темы (разделы) | Компетенции, компоненты которых контролируются |
|-------|--------------------|-------------------------------|--|
| 1. | проектная работа | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 | ОПК-4 |
| 2. | презентация | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 | |
| 3. | обсуждение | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 | |
| 4. | контрольная работа | 1,4,5,9 | |

Демонстрационный вариант контрольной работы

1. Классификации средств маркетинговых коммуникаций
2. Цели маркетинговых коммуникаций
3. Критерии хорошего названия для компании
4. Фирменный стиль: определение, функции, элементы, носители.

Задание № 1

Цели и задачи задания:

- 1) Развитие навыков сбора и анализа рыночной информации.
- 2) Отработка навыков письменной речи.
- 3) Отработка навыков презентации, устной и мультимедийной.

Оформляется в виде мультимедийной презентации

1. Обозначить сферу деятельности, в которой вы бы хотели открыть свой бизнес (желательно, но не обязательно по Вашему направлению).
2. Придумать предприятие, которое Вы хотели бы открыть в выбранной сфере, кратко изложить его концепцию (сфера деятельности, что фирма предлагает, где находится, как позиционируется, кто потенциальные потребители – описать целевую аудиторию).
3. Проанализировать и выявить мотивы и барьеры для выбранной сферы деятельности
Какие мотивы движут потребителями, когда они пользуются услугами из вашей сферы деятельности (почему они путешествуют, ходят в салоны красоты, обращаются в праздничное агентство и пр.).
4. Проанализировать и выявить, какие барьеры препятствуют людям путешествовать, ходить в салоны и пр. или делать это чаще.
5. Провести сегментирование на этом рынке, выявить сегменты потребителей,
6. Определить наиболее привлекательный сегмент (сегменты). Дать подробное описание профиля сегмента.

Задание № 2.

Нейминг.

Оформление: продолжаем мультимедийную презентацию

- 1) Собрать информацию о названиях уже существующих на рынке в этой сфере
Проанализировать их и выявить основные тенденции в названиях, то есть, какие

тематические поля преобладают. Привести примеры – по несколько названий по каждой тематике

- 2) Определить тематические поля (направления, зоны поиска имени), для этого вы можете брать те направления, которые вы уже выявили, анализируя существующие названия, а также брать малоразработанные направления.
- 3) придумать не менее 15 названий для фирмы вашей мечты, написать обоснование к каждому, ориентируясь на требования к названию.
- 4) Выбрать тройку лидеров и самое удачное, на ваш взгляд, название. **Обосновать свой выбор.**
- 5) Разработать фирменный стиль (товарный знак (логотип), цветовое решение, шрифты - нарисовать от руки, или с помощью компьютерной программы). Указать носители фирменного стиля для вашей компании, то есть, где будете его использовать) для своей компании

Задание № 3

- 1) Выявить мотивы и потребности целевой аудитории
- 2) Придумать не менее 3 вариантов слоганов для своей фирмы. Указать самый удачный, по вашему мнению, вариант, обосновать свой выбор.

Задание № 4

- 1) Написать 8 заголовков для рекламного или PR-материала о Вашей фирме, используя цифры, вопрос, выгоду, интригу, проблему, ограничение, призыв к действию, упоминание ЦА (целевой аудитории). В одном заголовке могут сочетаться 2-3 приёма. Но в любом случае, заголовков должно быть 8 штук.
- 2) Написать текст заметки о Вашей фирме и товарах/услугах, которые фирма предлагает.
- 3) Разработать листовку для своей фирмы.
- 4) Написать сценарий аудиоролика для своей компании (15 или 30 сек)

Задание № 5

- 1) Придумать идею нестандартного объекта наружной рекламы – желательно 3 варианта. Объект, который привлекал бы внимание, с которым хотелось бы фотографироваться и рассказывать об этом.
- 2) Придумать идею и разработать план проведения нестандартной акции/события/мероприятия для продвижения турфирмы (гостиницы, ресторана, салона). Идея, план, смета.

Задание № 6

- 1) Предложить PR-мероприятия для Вашей фирмы.
- 2) Составить контент план для SMM. Написать примеры постов.

Задание № 7

- 1) Составить бриф (техническое задание) для рекламного агентства.
- 2) Составить план продвижения Вашего предприятия на рынок (план рекламных и PR-мероприятий).
 1. План продвижения (см. таблицу 1). План должен содержать мероприятия на открытие фирмы и на последующие 3 месяца.
 - сформулировать цели **продвижения**;
 - выбрать подходящие маркетинговые коммуникации;
 - составить подробный план на 3 месяца (что, по каким каналам, в каком количестве, в течение какого времени, сколько это стоит и пр.).

Например, Изготовление вывески

- наружная реклама – изготовление, размещение на конструкциях в течение X месяцев, в таких-то местах (указать, где конкретно); м. б. что-то нестандартное.
- Продвижение в Интернете – создание сайта, контекстная реклама, SMM, статьи, интерактив и прочее.
- реклама в прессе, в каком издании, вид рекламы, размер.
- радиоролик – создание, размещение X раз в день, X дней, на радиостанциях А, Б, В;
- печатная реклама: - изготовление листовок в количестве X штук, распространение – когда и где;
- изготовление буклетов в количестве X штук, распространение – когда и где;
- промоакция – описать (что, где, когда);
- скидки, подарки – какие, кому, когда.
- участие в каких-либо мероприятиях (каких, где)
- проведение собственного мероприятия (что, где, когда);
- другое.

Задание № 8

Рассчитать бюджет на продвижение на 3 месяца соответственно плану, при необходимости скорректировать план.

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену (зачету)

1. Классификации средств маркетинговых коммуникаций (методов продвижения). Основные и комплексные средства. Дать им определения. ATL и BTL-средства.
2. Подходы к классификации средств маркетинговых коммуникаций. Основные факторы формирования оптимальной структуры системы маркетинговых коммуникаций.
3. Цели маркетинговых коммуникаций.
4. Понятия «коммуникация», «позиционирование», «реклама». Достоинства и недостатки рекламы. Место рекламы в комплексе маркетинга.
5. Цели рекламы и цели PR.
6. Система постановки целей SMART.
7. Уровни воздействия рекламного обращения. Модель рекламного воздействия AIDA / AIDMA.
8. Мотивы и барьеры, существующие у потенциальных клиентов предприятий сервиса (салонов красоты).
9. Технологии рекламного воздействия.
10. Критерии хорошего названия. Примеры.
11. Критерии хорошего слогана. Примеры.
12. Фирменный стиль: определение, функции, элементы, носители.
13. Факторы, влияющие на содержание рекламного обращения. Основные требования к рекламному обращению.
14. Правила оформления рекламного сообщения.
15. Значение цвета в продвижении. Использование иллюстраций в рекламе.
16. Взаимодействие с рекламным агентством. Критерии выбора рекламного агентства. Рекламные агентства: виды, услуги.

17. Рекламная кампания. Этапы планирования и организации. Временные интервалы. Графики выхода.
18. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы.
19. Факторы, влияющие на размер рекламного бюджета. Способы формирования рекламного бюджета.
20. Реклама в прессе. Принципы эффективности. Виды рекламы в прессе.
21. Печатная (полиграфическая) реклама: виды, особенности.
22. Достоинства и недостатки рекламы на радио.
23. Виды радиорекламы. Виды аудиороликов. Составляющие аудиоролика.
24. Особенности, достоинства и недостатки ТВ-рекламы. Виды ТВ-рекламы.
25. Наружная реклама: стационарные и временные (мобильные) конструкции.
26. Факторы, влияющие на восприятие наружной рекламы: что нужно учитывать при создании и размещении наружной рекламы.
27. PR: дать определение. Аудитории, на которые направлен PR. Основные направления PR для коммерческой структуры.
28. PR: формы и методы работы с аудиториями.
29. PR: определение, преимущества и недостатки. Отличия от рекламы.
30. Участие в выставках как способ продвижения. Цели. Планирование и организация.
31. Нестандартные виды продвижения.
32. Digital-маркетинг: направления, формы и методы.
33. Стимулирование сбыта: определение, мероприятия для клиентов, мероприятия для персонала. Преимущества и недостатки стимулирования сбыта.
34. Прямой маркетинг: определение, цели, формы. Прямой маркетинг: преимущества и недостатки.
35. Бренд и брендинг. Преимущества бренда для владельца марки. Преимущества бренда для потребителя.
36. Какая реклама считается недобросовестной согласно Закону о рекламе № 38-ФЗ.
37. Какая реклама считается недостоверной согласно Закону о рекламе № 38-ФЗ.
38. Что не должна делать реклама и что в рекламе не допускается (согласно закону о рекламе № 38-ФЗ).
39. Эффективность рекламы. Эффективность PR.

Разработчики:



ст. преподаватель

Леоненко Л. В.

(подпись)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры сервиса и сервисных технологий

Протокол № 10 от «12» мая 2020 г.

Зав. кафедрой



Антонова Н.А.

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без

предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.