

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лавров А.Ю.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.09.1.Организация рекламной деятельности в малом бизнесе

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 38.03.02 – Менеджмент

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Управление малым бизнесом (для набора 2014)

Форма обучения очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

освоение студентами теоретических основ и практических умений и навыков разработки и внедрения эффективных решений в области управления рекламной деятельностью на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение основных понятий в области рекламной деятельности;
- приобретение знаний о содержании функций менеджера по рекламе в сфере управления рекламной деятельностью на предприятии;
- изучение характеристик видов рекламной деятельности и средств распространения рекламной информации;
- изучение особенностей рекламирования потребительских товаров, промышленных товаров и услуг;
- приобретение знаний в области разработки и организации рекламных кампаний на промышленных и торговых предприятиях;
- овладение навыками создания эффективных рекламных обращений;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Логические и содержательно-методические взаимосвязи с другими частями ООП: - дисциплина опирается на следующие дисциплины: Методы принятия управленческих решений, Системный анализ, Организационное поведение, Маркетинг, Финансовый анализ, Управленческий учет, Стратегический менеджмент, Основы рекламы, Управление проектами, Практика менеджмента, Формы размещения рекламы; - дисциплина является основой для изучения следующих дисциплин: Маркетинг, Преддипломная практика.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	7 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
лекционные (ЛК)	18	18
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	18	18
лабораторные (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-9	способностью оценивать воздействие микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
	Пороговый: Неполное знание методов воздействия микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, методов анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса, знание экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли Неполное знание основных экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, знать методы выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей

Знать	Стандартный: В целом сформировавшееся знание воздействия микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, методов анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса, знание экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли В целом сформировавшееся знание экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, знать методы выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей
	Эталонный: Сформировавшееся систематическое знания воздействия микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, методов анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса, знание экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли Сформировавшееся систематическое знание экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, знать методы выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей
Уметь	Пороговый: Неполное умение оценивать воздействие микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли Неполное умение находить и оценивать рыночные возможности, формулировать бизнес-идею.
	Стандартный: В целом сформировавшееся умение оценивать воздействие микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли В целом сформировавшееся умение находить и оценивать рыночные возможности, формулировать бизнес-идею.

	Эталонный: Сформировавшееся систематическое умение оценивать воздействие микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли Сформировавшееся систематическое умение находить и оценивать рыночные возможности, формулировать бизнес-идею
Владеть	Пороговый: Неполное владение навыками оценки воздействия микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, методами анализа поведения потребителей экономических благ, методами формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли Неполное владение современными методами оценки экономических и социальных условий осуществлять предпринимательскую деятельность.
	Стандартный: В целом сформировавшееся владение навыками оценки воздействия микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, методами анализа поведения потребителей экономических благ, методами формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли В целом сформировавшееся владение современными методами оценки экономических и социальных условий осуществлять предпринимательскую деятельность.
	Эталонный: Сформировавшееся систематическое владение способами оценки воздействия микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, методами анализа поведения потребителей экономических благ, методами формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли Сформировавшееся систематическое владение современными методами оценки экономических и социальных условий осуществлять предпринимательскую деятельность.

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия	СРС

				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	История рекламы и особенности современного рынка рекламы	8	2	2		4
	2	Субъекты рекламной деятельности	8	2	2		4
2	3	Правовое регулирование рекламной деятельности.	8	2	2		4
	4	Требования к рекламе	8	2	2		4
3	5	Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации	12	2	4		6
	6	Электронные средства массовой информации	8	2	2		4
4	7	Средства почтовой реклама	12	4	2		6
	8	Средства наружной рекламы	8	2	2		4
Итого			72	18	18	0	36

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи рекламной деятельности
	2	История рекламы и особенности современного рынка рекламы
2	3	Субъекты рекламной деятельности
	4	Правовое регулирование рекламной деятельности.
3	5	Требования к рекламе
	6	Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации

4	7	лектронные средства массовой информации
	8	Средства почтовой реклама

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	История рекламы и особенности современного рынка рекламы Изучение Федерального закона «О рекламе».
	2	Вспомогательные средства рекламы Требования к рекламе
2	3	Использование печатных средств массовой информации
	4	Электронные средства массовой информации
3	5	Средства почтовой рекламы Средства наружной рекламы
	6	Планирование рекламных кампаний
4	7	Планирование рекламных акций и кампаний. Составление плана рекламных кампаний
	8	Оценка эффективности рекламы

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Реклама как формирование модных тенденций	Реферат
1	2	Гендерные аспекты рекламы	Доклад
2	3	Методика расчета эффективности рекламы	Конспект
2	4	Метод создания текстуальной рекламы	Презентация
3	5	PR-деятельность в различных отраслях деятельности	Устное сообщение
3	6	Лоббирование как форма PR	Презентация
4	7	Соотношение PR и маркетинга	Доклад
4	8	ПВК PR-агента	Презентация

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	2	лекция, практическое занятие	разбор конкретных ситуаций (ситуационные задачи); учебные дискуссии	4
2	4	лекция, практическое занятие	разбор конкретных ситуаций (ситуационные задачи); учебные дискуссии	4
3	6	лекция, практическое занятие	разбор конкретных ситуаций (ситуационные задачи); учебные дискуссии	4
4	8	лекция, практическое занятие	разбор конкретных ситуаций (ситуационные задачи); учебные дискуссии	4

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учеб. пособие / Данилина Варвара Викторовна [и др.]; под ред. Л.В. Минаевой. - Москва : Аспект Пресс, 2008. - 288 с. - ISBN 978-5-7567-0422-8 : 311-52.
Шарков, Ф.И.
2. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. - Москва : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2007. - 301с. - (Gaudeamus). - ISBN 5-8291-0788-0 : 183-60.
3. Синяева, Инга Михайловна. Основы рекламы : Учебник и практикум / Синяева Инга Михайловна; Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-03716-6 : 162.16

6.1.2. Издания из ЭБС

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 177 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02989-5.
<https://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33>
2. Ключарев, Г. А. Инновационные предприятия в вузах: вопросы интеграции с реальным сектором экономики / Г. А. Ключарев, М. С. Попов, В. И. Савинков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 488 с. — (Серия : Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-04895-7.
<https://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33>

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Корпоративный менеджмент: [Электронный ресурс]. - URL : <http://www.cfin.ru>
2. Работа с персоналом: журнал [Электронный ресурс]. - URL : <http://www.hr-journal.ru>
3. Технологии корпоративного управления: портал [Электронный ресурс]. - URL : <http://www.iteam.ru>
4. <http://www.iteam.ru>
5. Human Resource Management: [Электронный ресурс]. - URL : <http://www.hrm.ru>
6. Human Technologies: [Электронный ресурс]. - URL : <http://www.ht.ru>

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672039, Забайкальский край, Ингодинский административный район, г. Чита, ул. Баргузинская, 49 а, ауд. 02-212. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Комплект специальной учебной мебели. Жалюзи. Шкаф книжный, шкаф платяной. ПК, принтер, холодильник. Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

672039, Забайкальский край, Ингодинский административный район, г. Чита, ул. Баргузинская, 49 а, ауд. 02-103. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего

контроля и промежуточной аттестации. Кабинет финансов, денежного обращения и кредитов. Комплект специальной учебной мебели. Доска маркерная, доска меловая. Материально техническое оснащение аудитории (не закрепленное за конкретной учебной аудиторией) -комплект мобильного оборудования, который организован в виде мобильного передвижного многофункционального комплекса (устанавливается в аудитории по заявке преподавателя): ноутбук, переносной мультимедийный проектор, переносной экран и др.

672039, Забайкальский край, Ингодинский административный район, г. Чита, ул. Баргузинская, 49 а, ауд. 02-210. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Кабинет экономической теории. Комплект специальной учебной мебели. Доска меловая. Доска маркерная. Материально техническое оснащение аудитории (не закрепленное за конкретной учебной аудиторией) - комплект мобильного оборудования, который организован в виде мобильного передвижного многофункционального комплекса (устанавливается в аудитории по заявке преподавателя): ноутбук, переносной мультимедийный проектор, переносной экран и др.

672039, Забайкальский край, г. Чита, Ингодинский административный район, ул. Баргузинская, 49 а, ауд. 02-211. Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы. Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности. Комплект специальной учебной мебели. Доска магнитно-маркерная, доска меловая. Жалюзи, решетка, вешалка. Кондиционер (2шт). ПК — 24 шт (в т.ч. преподавательский) Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины необходимы осмысленные знания теории, полученные в лекционном курсе и в процессе самостоятельной работы. Умения применять теоретические знания отрабатываются на практических занятиях. Все темы предлагаемого курса взаимосвязаны и представляют единую систему знаний и умений в области документооборота и делопроизводства. Успешное освоение дисциплины требует большого объема самостоятельной работы: усвоение тем, полностью выносимых на самостоятельное изучение, в соответствии с рекомендациями преподавателя, работа с периодическими изданиями, выполнение практических работ и работа в электронном каталоге библиотеки ЗабГУ при подготовке к практическим занятиям, опросам, зачету.

Разработчик/группа разработчиков: Филимонов А.В. ст. преподаватель

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**