

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.09.2021 12:13:21  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет \_\_\_\_\_ экономики и сервиса \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_ маркетинга, сервиса и туризма \_\_\_\_\_



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И. Задорожная

20 19 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.04 «Инновационные технологии в рекламе»

по направлению подготовки  
бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

по профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

квалификация (степень)  
выпускника бакалавр

форма обучения очная, заочная

год начала подготовки 2019

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО 3++ и учебного плана МГТУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

Доцент, кандидат экономических наук  
(должность, ученое звание, степень)

\_\_\_\_\_ Ханахок З.А.  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

Маркетинга, сервиса и туризма

\_\_\_\_\_ (наименование кафедры)

Заведующий кафедрой  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ Кумпилова А. Р.  
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической комиссией факультета  
(где осуществляется обучение)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Председатель  
учебно-методического  
совета направления (специальности)  
(где осуществляется обучение)

\_\_\_\_\_ (подпись) (Ф.И.О.)

Декан факультета  
(где осуществляется обучение)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ Ешугова С.К.  
(подпись) (Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ (подпись) (Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению (специальности)

\_\_\_\_\_ (подпись) (Ф.И.О.)

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины является ознакомление студентов с основными направлениями развития инновационной деятельности в рекламе в Российской Федерации и за рубежом, а также в обучении студентов инновационным подходам к применению новых технических средств и технологий в рекламных и PR-агентствах.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- знать сущность инновационного процесса и его этапы;
- применять на практике инновационные методы работы;
- разрабатывать цели и задачи инновационной деятельности в рекламной деятельности.

Предметом дисциплины «Инновационные технологии в рекламе» является инновационный процесс в рекламной деятельности, направленный на совершенствование управления предприятиями и учреждениями.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки**

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений и направлена на изучение документационного обеспечения туристских предприятий.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» и др.

Дисциплина «Инновационные технологии в рекламе» является предшествующей для следующих дисциплин: «Правовое регулирование рекламной деятельности», «Стратегический маркетинг», «Мотивация в рекламе».

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

ПКУВ 4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКУВ-4.1. - Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

ПКУВ-4.2.- Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

ПКУВ-4.3.- Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ПКУВ 5 - Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами):

ПКУВ-5.1. - Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии;

ПКУВ-5.2. - Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

ПКУВ-5.3. - Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые

отношения с партнерами (клиентами).

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:** сущность «категории инновации», типологию инноваций; содержание инновационного процесса и его этапы, цели и задачи инновационной деятельности в рекламных агентствах, особенности инноваций в рекламе (ПКУВ-4, ПКУВ-5);

**уметь:** применять на практике инновационные методы работы, управлять инновационной деятельностью в рекламной сфере, оценивать эффективность инноваций в рекламе, разрабатывать цели и задачи инновационной деятельности в рекламе (ПКУВ-4, ПКУВ-5);

**владеть:** методикой разработки проектов по основным направлениям рекламной деятельности, применения современных информационных технологий при разработке новых рекламных продуктов, разработки отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в рекламной сфере (ПКУВ-4, ПКУВ-5).

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры			
		5			
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>51,35/1,4</b>	<b>51,35/1,4</b>			
В том числе:					
Лекции (Л)	17/0,47	17/0,47			
Практические занятия (ПЗ)	34/0,9	34/0,9			
Семинары (С)	-	-			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,01	0,35/0,01			
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	-	-			
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>57/1,6</b>	<b>57/1,6</b>			
В том числе:					
Расчетно-графические работы					
Реферат	27/0,7	27/0,7			
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>					
1. Составление плана-конспекта	10/0,3	10/0,3			
2. Подготовка ответов на вопросы	10/0,3	10/0,3			
3. Решение тестовых заданий	10/0,3	10/0,3			
Курсовой проект (работа)	-	-			
<b>Контроль (всего)</b>	<b>35,65/1</b>	<b>35,65/1</b>			
Форма промежуточной аттестации: экзамен	35,65/1	35,65/1			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>			

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры			
		6			
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>14,35/0,4</b>	<b>14,35/0,4</b>			

В том числе:					
Лекции (Л)	6/0,16	6/0,16			
Практические занятия (ПЗ)	8/0,22	8/0,22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,01	0,35/0,01			
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)					
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>121/3,3</b>	<b>121/3,3</b>			
В том числе:					
Расчетно-графические работы					
Реферат	36/1	36/1			
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>					
1. Составление плана-конспекта	30/0,8	30/0,8			
2. Подготовка ответов на вопросы	30/0,8	30/0,8			
3. Решение тестовых заданий	25/0,6	25/0,6			
Курсовой проект (работа)					
<b>Контроль (всего)</b>	<b>8,65/0,2</b>	<b>8,65/0,2</b>			
Форма промежуточной аттестации: Зачет/экзамен	8,65/0,2	8,65/0,2			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>			

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР	
<b>5,6 семестр</b>									
1.	Сущность и функции инновационной деятельности.	1-2	2	4	-	-	-	8/0,22	Блиц-опрос Тестирование
2.	Государственное регулирование инновационного развития	3-4	2	4	-	-	-	8/0,22	Блиц-опрос Тестирование
3.	Стратегия и планирование инновационной деятельности	5-6	2	4	-	-	-	8/0,22	Блиц-опрос Тестирование
4.	Управление инновационной деятельностью в	7-8	2	4	-	-	-	6/0,16	Блиц-опрос Тестирование

	рекламной компании								
5.	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах	9-10	2	4	-	-	-	6/0,16	Блиц-опрос Тестирование
6.	Влияние научно-технических нововведений на развитие рекламы	11-12	2	4	-	-	-	6/0,16	Блиц-опрос Тестирование
7.	Глобализация и инновационные процессы в рекламе	13-15	2	4	-	-	-	8/0,22	Блиц-опрос Тестирование
8.	Стимулирование инновационных процессах в рекламе	16-17	3	6	-	-	-	7/0,19	Блиц-опрос Тестирование
9.	Промежуточная аттестация		-	-	-	-	36,65/1	-	экзамен в устной форме
	ИТОГО:		26/0,7	34/0,9	0,6/0,02	-	36,65/1	57/1,6	

## 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР
5,6 семестр							
1.	Сущность и функции инновационной деятельности. Государственное регулирование инновационного развития	1	2	-	-	-	30
2.	Стратегия и планирование инновационной деятельности. Управление инновационной деятельностью в рекламной компании	1	2	-	-	-	30
3.	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах. Влияние научно-технических нововведений на развитие рекламы	2	2	-	-	-	30
4.	Глобализация и инновационные процессы в рекламе. Стимулирование инновационных процессах в рекламе	2	2	-	-	-	31
9.	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	8,65/0,2	-
	ИТОГО:	6/0,16	8/0,22	0,35/0,01	-	8,65/0,2	121/3,3

5.3. Содержание разделов дисциплины «Инновационные технологии в рекламе», образовательные технологии  
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
Тема 1.	Сущность и функции инновационной деятельности.	2/0,05	0,5/0,01	Содержание понятия «инновация». Виды инноваций. Инновационные процессы. Жизненный цикл и функции инноваций. Инновационная деятельность в рекламе. Роль предпринимателя в инновационных процессах	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: понятия «инновация», виды инноваций Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками определения этапа жизненного цикла и функции инноваций	Слайд-лекции
Тема 2.	Государственное регулирование инновационного развития	2/0,05	0,5/0,01	Характеристика национальной инновационной системы. Организация науки и научно-технических исследований. Система государственного регулирования инновационных процессов. Направления инновационного развития. Государственная поддержка инновационной деятельности в рекламе	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: национальную инновационную систему. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками навигации в системе государственного регулирования инновационных процессов	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)
Тема 3.	Стратегия и планирование инновационной деятельности	2/0,05	0,5/0,01	Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии. Инновационная стратегия рекламных предприятий. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки. Роль	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: содержание и характеристику государственной инновационной стратегии. Уметь: разрабатывать инновационные проекты. Владеть: навыками	Лекция-визуализация, кейс-метод

				и характер инвестиций в инновационных процессах. Риски в инновационной деятельности		планирования инноваций	
Тема 4.	Управление инновационной деятельностью в рекламной компании	2/0,05	0,5/0,01	Организация инновационной деятельности ее цели и задачи. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение. Классификация предприятий по типу инновационного поведения. Инновационная деятельность в рекламных компаниях.	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: классификацию предприятий по типу инновационного поведения. Уметь: создавать и внедрять нововведения. Владеть: навыками организации инновационной деятельности.	Проблемные лекции
Тема 5.	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах	2/0,05	1/0,03	Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере рекламной деятельности. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товар Уметь: выбирать законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий. Владеть: навыками определения способов охраны и защиты интеллектуальной собственности.	Слайд-лекции, деловая игра
Тема 6.	Влияние научно-технических нововведений на развитие рекламы	2/0,05	1/0,03	Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы. Применение информационных технологий в	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: Влияние научно-технических нововведений на рекламную сферу. Уметь: развивать и внедрять информационные технологии в производственные процессы. Владеть: навыками	Слайд-лекции, имитационное моделирование



				рекламе. Глобальные распределительные системы. Электронная коммерция		применения информационных технологий в рекламе.	
Тема 7.	Глобализация и инновационные процессы в рекламе	2/0,05	1/0,03	Глобализация экономики и ее влияние на развитие рекламной сферы. Глобализация — путь перемен. Деловое партнерство. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в рекламе. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации рекламного продукта	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: влияние глобализации на развитие рекламы Уметь: применять инновационные процессы в продвижении и коммерциализации рекламного продукта. Владеть: навыками заводить деловых партнеров.	Проблемная лекция
Тема 8.	Стимулирование инновационных процессах в рекламе	3/0,08	1/0,03	Стимулирование и распространение инноваций. Принципы устойчивого развития туризма. Вспомогательный счет туризма (ВСТ).	ПКУВ-4 ПКУВ-5	Знать: особенности стимулирования и распространения инноваций. Уметь: применять положения Генерального соглашения по торговле услугами. Владеть: методикой стимулирования и распространения инноваций	Лекция- визуализация, кейс-метод
	Итого	17/0,9	6/0,16				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
5,6 семестр				
1	Сущность и функции инновационной деятельности.	Содержание понятия «инновация». Виды инноваций. Инновационные процессы. Жизненный цикл и функции инноваций. Инновационная деятельность в рекламе. Роль предпринимателя в инновационных процессах	4/0,11	1/0,03
2	Государственное регулирование инновационного развития	Характеристика национальной инновационной системы. Организация науки и научно-технических исследований. Система государственного регулирования инновационных процессов. Направления инновационного развития. Государственная поддержка инновационной деятельности в рекламе	4/0,11	1/0,03
3	Стратегия и планирование инновационной деятельности	Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии. Инновационная стратегия рекламных предприятий. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. Риски в инновационной деятельности	4/0,11	1/0,03
4	Управление инновационной деятельностью в рекламной компании	Организация инновационной деятельности ее цели и задачи. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение. Классификация предприятий по типу инновационного поведения. Инновационная деятельность в рекламных компаниях.	4/0,11	1/0,03
5	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах	Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере рекламной деятельности. Международные соглашения об охране интеллектуальной	4/0,11	1/0,03

		собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий		
6	Влияние научно-технических нововведений на развитие рекламы	Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы. Применение информационных технологий в рекламе. Глобальные распределительные системы. Электронная коммерция	4/0,11	1/0,03
7	Глобализация и инновационные процессы в рекламе	Глобализация экономики и ее влияние на развитие рекламной сферы. Глобализация — путь перемен. Деловое партнерство. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в рекламе. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации рекламного продукта	4/0,11	1/0,03
8	Стимулирование инновационных процессах в рекламе	Стимулирование и распространение инноваций. Принципы устойчивого развития туризма. Вспомогательный счет туризма (ВСТ).	6/0,16	1/0,03
	Итого		34/0,9	8/0,22

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах  
Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)  
Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

5.7. Самостоятельная работа студентов  
Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
5,6 семестр					
1	Сущность и функции инновационной деятельности.	Содержание понятия «инновация». Виды инноваций. Инновационные процессы. Жизненный цикл и функции инноваций. Инновационная деятельность в рекламе. Роль предпринимателя в инновационных процессах	1-2	8/0,22	14/0,4
2	Государственное регулирование	Характеристика национальной инновационной системы.	3-4	8/0,22	16/0,4

	инновационного развития	Организация науки и научно-технических исследований. Система государственного регулирования инновационных процессов. Направления инновационного развития. Государственная поддержка инновационной деятельности в рекламе			
3	Стратегия и планирование инновационной деятельности	Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии. Инновационная стратегия рекламных предприятий. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. Риски в инновационной деятельности	5-6	8/0,22	14/0,4
4	Управление инновационной деятельностью в рекламной компании	Организация инновационной деятельности ее цели и задачи. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение. Классификация предприятий по типу инновационного поведения. Инновационная деятельность в рекламных компаниях.	7-8	6/0,16	16/0,4
5	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах	Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере рекламной деятельности. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий	9-10	6/0,16	14/0,4
6	Влияние научно-технических нововведений на развитие рекламы	Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения. Развитие информационных технологий и их внедрение в	11-12	6/0,16	16/0,4

		производственные процессы. Применение информационных технологий в рекламе. Глобальные распределительные системы. Электронная коммерция			
7	Глобализация и инновационные процессы в рекламе	Глобализация экономики и ее влияние на развитие рекламной сферы. Глобализация — путь перемен. Деловое партнерство. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в рекламе. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации рекламного продукта	13-15	8/0,22	14/0,4
8	Стимулирование инновационных процессах в рекламе	Стимулирование и распространение инноваций. Принципы устойчивого развития туризма. Вспомогательный счет туризма (ВСТ).	16-17	7/0,19	17/0,4
	ИТОГО:	-	-	57/1,6	121/3,3

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Методические указания

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кожухар В.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 292 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/351616>

2. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Барышевой А.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 380 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415304>

3. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / А. П. Агарков, Р. С. Голов. - М.: Дашков и К, 2017. - 208 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512013>

4. Миронова, Д. Ю. Инновационное предпринимательство и трансфер технологий [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д. Ю. Миронова, О. А. Евсеева, Ю. А. Алексеева. - Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2015. - 98 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66460.html>

5. Федоров О. В. Стратегии инновационной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / О. В. Федоров. - М.: Инфра-М, 2012. - 275 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=365316>

6. Международный туризм [Электронный ресурс]: правовые акты / сост. Н. И. Волошин, М. В. Михайлов. - Москва: Российская международная академия туризма, Логос, 2014. - 576 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51866.html>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Инновационные технологии в рекламе»

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)	Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения ОП
<p>ПКУВ 4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПКУВ-4.1. - Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПКУВ-4.2.- Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПКУВ-4.3.- Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	
5	<b>Инновационные технологии в рекламе</b>
5,6	Организация рекламных и PR-кампаний
5,6	Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
6	Рекламная деятельность в Интернете
7	Консалтинг в связях с общественностью
7	Предпринимательство в сфере рекламы и PR
6,7	Проектный практикум
6,7	Маркетинговые технологии проектного бизнеса
4	Профессионально-творческая практика
2	Профессионально-ознакомительная практика
8	Преддипломная практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
<p>ПКУВ 5 - Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами):</p> <p>ПКУВ-5.1. - Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует</p>	

маркетинговые стратегии;  
 ПКУВ-5.2. - Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;  
 ПКУВ-5.3. - Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).

<b>5</b>	<b>Инновационные технологии в рекламе</b>
6	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
6	Рекламная деятельность в Интернете
6,7	Стратегический маркетинг
7	Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	Современная пресс-служба
3	Тренинг делового общения
3	Тренинг ораторского искусства
7	Технологии управления общественным мнением
7	Социология массовых коммуникаций
4	Профессионально-творческая практика
2	Профессионально-ознакомительная практика
8	Преддипломная практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
7	Мировые информационные ресурсы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<p>ПКУВ 4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПКУВ-4.1. - Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПКУВ-4.2.- Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПКУВ-4.3.- Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>					
<p><b>Знать:</b> процессы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; критерии, способы и методы контроля проведения коммуникационных кампаний; условия и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
<p><b>Уметь:</b> использовать методы планирования и принципы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; Осуществлять контроль проведения коммуникационных кампаний; Составлять план подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



<p><b>Владеть:</b> методиками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; технологиями проведения коммуникационных кампаний; стратегиями и тактиками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	
<p>ПКУВ 5 - Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами):</p> <p>ПКУВ-5.1. - Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии;</p> <p>ПКУВ-5.2. - Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПКУВ-5.3. - Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).</p>					
<p><b>Знать:</b> процессы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; критерии, способы и методы контроля проведения коммуникационных кампаний; условия и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Устный опрос, тестовые задания, экзамен</p>
<p><b>Уметь:</b> использовать методы планирования и принципы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; Осуществлять контроль проведения коммуникационных кампаний; Составлять план подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Частичные умения</p>	<p>Неполные умения</p>	<p>Умения полные, допускаются небольшие ошибки</p>	<p>Сформированные умения</p>	

<p><b>Владеть:</b> методиками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; технологиями проведения коммуникационных кампаний; стратегиями и тактиками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	
---	------------------------------------	---	---	--	--

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### **Темы рефератов:**

1. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности.
2. Интернет как канал рекламных коммуникаций: сходство и различия с традиционными видами рекламы.
3. Специфика и преимущества разных видов Интернет-рекламы по характеру распространения информации.
4. Баннер как основной носитель Интернет-рекламы: разновидности.
5. Текстовые блоки: преимущества и недостатки текстовой рекламы в Сети.
6. Rich Media реклама: разновидности, преимущества.
7. Специфика коммерческой и имиджевой рекламы в Интернете.
8. Способы распространения рекламной информации в Интернете: e-mail-рассылки, телеконференции.
9. Сети баннерного обмена.
10. Основные рекламные площадки: порталы, поисковые системы, каталоги, рейтинги, тематические сайты.
11. Web-сайт как объект и субъект рекламной деятельности.
12. Продвижение Интернет-ресурса: в онлайн-среде и оффлайне.
13. Субъекты инфраструктуры рынка Интернет-рекламы.
14. Рынок рекламных услуг Санкт-Петербурга (рекламные агентства, Web-студии, фриланс).
15. Исследование рекламной аудитории в Интернете: способы проведения и методы обработки данных.
16. Брендинг в сети Интернет.
17. Правовые и этические вопросы рекламной деятельности в Сети.
18. Проблема спама.
19. Формы взаимодействия участников электронного рынка: электронные торговые площадки.

#### **Тестовые задания**

1. К факторам, определяющим инновацию не относятся:
  - а) рыночная среда;
  - б) ресурсы;
  - в) кадры;
  - г) реклама;
  - д) потребители.
  
2. Питер Ф. Друкер выделяет 7 источников инновационной возможности. Какой из ниже представленных источников не входит в его классификацию?
  - а) неожиданность;
  - б) демографический фактор;
  - в) нелепость (несоответствие);
  - г) новые знания;
  - д) фактор риска;
  - е) изменения в ценностных установках.
  
3. Методы активизации инновационного процесса не включают в себя:

- а) синектика;
- б) бисоциация;
- в) ТРИЗ;
- г) корреляционный анализ;
- д) мозговой штурм;
- д) лабораторные исследования.

4. «Центр» инноваций в США – «Силиконовая долина», а в России:

- а) Казань;
- б) Уфа;
- в) Сколково;
- г) Москва;
- д) Кижы;
- е) Каспийск.

5. Инновационная стратегия предприятия: бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения. Как называется данная стратегия?

- а) наступательная;
- б) традиционная;
- в) зависимая;
- г) имитационная

6. По срокам действия проекты бывают:

- а) долгосрочные;
- б) краткосрочные;
- в) промежуточные;
- г) затяжные;
- д) среднесрочные

7. К типам отдыха не относится:

- а) Морской и пляжный отдых;
- б) Экскурсионный отдых;
- в) Деловой туризм;
- г) Паломничество.

8. Активное вмешательство государства в научную деятельность характерно для:

- а) Японии;
- б) Германии;
- в) США;
- г) Англии;
- д) России.

9. Передачей прав на использование интеллектуальной собственности является:

- а) патент;
- б) франшиза;
- в) ведомость;
- г) доверенность;
- д) расписка.

10. Расставьте этапы проведения маркетингового исследования в соответствующем порядке:

- а) исследование конкурентов;
- б) исследование потребителей;
- в) исследование рынка;
- г) исследование системы распространения товара, услуги

11. Существует 9 правил функционального маркетинга. Какое из ниже представленных не относится к ним:

- а) Продавайте все известные функции продуктов;
- б) Находите и продавайте скрытые функции продуктов;
- в) Находите избыточные и вредные функции продуктов, исключая их;
- г) Продавайте функции по наибольшей цене;
- д) Продавайте функции продуктов даже тогда, когда продукты уже проданы.

12. К основным формам бизнес-документации относят:

- а) бизнес-план;
- б) бизнес-идея;
- в) заключение экспертной комиссии;
- г) доверительное письмо;
- д) технико-экономическое обоснование.

13. Методами управления инвестиционным риском может быть:

- а. диверсификация;
- б. передача (аутсорсинг);
- в. вероятность возникновения;
- г. хеджирование;
- д. логическое сложение рисков.

14. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:

- а. гостиничные предприятия;
- б. гостиничные услуги
- в. фонды
- г. физические лица.

15. Относительно внешней среды инновационная стратегия может быть:

- а. наступательная;
- б. оборонительная;
- в. адаптационная;
- г. ситуационная

### Вопросы к экзамену

1. Содержание понятия «инновация».
2. Виды инноваций
3. Инновационные процессы.
4. Жизненный цикл и функции инноваций
5. Инновационная деятельность в сфере рекламы.
6. Роль предпринимателя в инновационных процессах
7. Характеристика национальной инновационной системы.
8. Система государственного регулирования инновационных процессов.
9. Направления инновационного развития
10. Государственная поддержка инновационной деятельности в сфере рекламы
11. Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии.

12. Инновационная стратегия предприятий
13. Планирование инноваций и инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки
14. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах.
15. Риски в инновационной деятельности
16. Организация инновационной деятельности ее цели и задачи
17. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение
18. Инновационная деятельность в рекламных компаниях
19. Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара
20. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности.
21. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности. Законы, регулирующие права в области применения новейших информационных технологий
22. Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения
23. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы
24. Применение информационных технологий в сфере рекламы. Глобальные распределительные системы.
25. Электронная коммерция

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

#### **Требования к написанию реферата**

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

<b>Критерии оценивания реферата:</b>	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.

«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Используются 1-2 профессиональных термина. Используются информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

### **Требования к выполнению тестового задания**

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить

правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

### **Критерии оценки знаний при проведении тестирования**

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

### **Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене**

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

<b>Критерии выставления оценок при проведении экзамена:</b>	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетворительно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетворительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **8.1. Основная литература**

1. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кожухар В.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 292 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/351616>



2. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Барышевой А.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 380 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415304>

3. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / А. П. Агарков, Р. С. Голов. - М.: Дашков и К, 2017. - 208 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512013>

## 8.2. Дополнительная литература

1. Миронова, Д. Ю. Инновационное предпринимательство и трансфер технологий [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д. Ю. Миронова, О. А. Евсеева, Ю. А. Алексеева. - Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2015. - 98 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66460.html>

2. Федоров О. В. Стратегии инновационной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / О. В. Федоров. - М.: Инфра-М, 2012. - 275 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=365316>

3. Международный туризм [Электронный ресурс]: правовые акты / сост. Н. И. Волошин, М. В. Михайлов. - Москва: Российская международная академия туризма, Логос, 2014. - 576 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51866.html>

## 8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Режим доступа: <http://window.edu.ru>

2. Научная Электронная Библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/about#ixzz2ywJrtP91>

3. Русская виртуальная библиотека. Режим доступа: [www.rvb.ru](http://www.rvb.ru)

4. Федеральный портал «Российское образование». Режим доступа: [www.edu.ru](http://www.edu.ru)

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируе- мые компетен- ции/ трудовые функции
<p><b>Тема 1. Сущность и функции инновационной деятельности.</b> Содержание понятия «инновация». Виды инноваций. Инновационные процессы. Жизненный цикл и функции инноваций. Инновационная деятельность в сфере рекламы. Роль предпринимателя в инновационных процессах</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4 ПКУВ-5</p>
<p><b>Тема 2. Государственное регулирование инновационного развития</b> Характеристика национальной инновационной системы. Организация науки и научно-технических исследований. Система государственного регулирования инновационных процессов. Направления инновационного развития. Государственная поддержка инновационной деятельности в сфере рекламы</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4 ПКУВ-5</p>
<p><b>Тема 3. Стратегия и планирование инновационной деятельности</b> Содержание и характеристика государственной инновационной стратегии. Инновационная стратегия предприятий. Планирование инноваций и</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков,</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4 ПКУВ-5</p>

инновационные проекты, их виды, содержание, этапы разработки. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. Риски в инновационной деятельности	закрепление, проверка знаний, умений навыков	умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
<b>Тема 4. Управление инновационной деятельностью в рекламной компании</b> Организация инновационной деятельности ее цели и задачи. Управление знаниями. Управление инновациями. Создание нововведений и их внедрение. Классификация предприятий по типу инновационного поведения. Инновационная деятельность в рекламных компаниях.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4 ПКУВ-5
<b>Тема 5. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах</b> Человеческий фактор. Сущность интеллектуального продукта как собственности и интеллектуальной собственности как товара. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4 ПКУВ-5
<b>Тема 6. Влияние научно-технических нововведений на развитие сферы рекламы</b> Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения. Развитие информационных технологий и их внедрение в производственные процессы. Применение информационных технологий в сфере рекламы. Глобальные распределительные системы. Электронная	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний,	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4 ПКУВ-5

коммерция		контроль и коррекция знаний)		
<p><b>Тема 7. Глобализация и инновационные процессы в рекламе</b></p> <p>Глобализация экономики и ее влияние на развитие сферы рекламы. Глобализация — путь перемен. Деловое партнерство. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в сфере рекламы. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации рекламного продукта.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4 ПКУВ-5</p>
<p><b>Тема 8. Стимулирование инновационных процессах в рекламе</b></p> <p>Особенности стимулирования и распространения инноваций в сфере рекламы.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4 ПКУВ-5</p>

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

### 10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
VLC Media Player, VideoLAN	01.02.2019, свободная лицензия
Adobe Reader	Бесплатно, бессрочный
K-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

### 10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

## 11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		

<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 3-13          Адрес: Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ          Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 3-12.          Адрес: Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p> <p>Читальный зал:          ул.Первомайская,191,3 этаж          Лаборатория научно-методического проектирования          Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p>	<p>Оснащена:          специализированная мебель, 16 посадочных мест, компьютерное и мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук)</p> <p>Оснащена:          специализированная мебель, проектор, ноутбук</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:          2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;          3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;          4. Офисный пакет «WPSoffice»;          5. Программа для работы с архивами «7zip»;          6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>
<p>Помещения для самостоятельной работы</p>		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы; читальный зал:          ул.Первомайская,191, 3этаж</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерамиPentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:          2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;          3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;          4. Офисный пакет «WPSoffice»;          5. Программа для работы с архивами «7zip»;          6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>

**Дополнения и изменения в рабочей программе**

на \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ учебный год

В рабочую программу

\_\_\_\_\_ (наименование дисциплины)

По направлению  
подготовки бакалавров

По профилю подготовки \_\_\_\_\_

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_\_ (наименование кафедры)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)