

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 17.09.2024 10:59:01
Уникальный программный код:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»
Факультет Технологический факультет
Кафедра Стандартизации, метрологии и товарной экспертизы

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Л.И. Задорожная
« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине
по направлению подготовки
по профилю подготовки (специализации)

квалификация (степень) выпускника
форма обучения
год начала подготовки

Б1.О.30 Рекламная деятельность
38.03.07 Товароведение
Товароведение и экспертиза в сфере производства и
обращения сельскохозяйственного сырья и
продовольственных товаров
Бакалавр
Очная, Заочная, Очно-заочная
2024

Майкоп



Составитель рабочей программы: доцент, канд. социол. наук (должность, ученое звание, степень)	Подписано простой ЭП 28.08.2024 (подпись)	<u>Блягоз Замира Нурбиевна</u> (Ф.И.О.)
--	---	--

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:
Стандартизации, метрологии и товарной экспертизы

(название кафедры)

Заведующий кафедрой: 10.09.2024	Подписано простой ЭП 10.09.2024 (подпись)	<u>Тазова Зарета Тальбиевна</u> (Ф.И.О.)
------------------------------------	---	---

Согласовано:

Руководитель ОПОП заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) 10.09.2024	Подписано простой ЭП 10.09.2024 (подпись)	<u>Тазова Зарета Тальбиевна</u> (Ф.И.О.)
---	---	---

Согласовано:

	НБ МГТУ (название подразделения)	
09.09.2024	Подписано простой ЭП 09.09.2024 (подпись)	<u>И. Б. Берберьян</u> (Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью изучения курса является ознакомление студентов с основными понятиями и методами рекламной деятельности, ролью рекламы в рыночной экономике. Развития у студентов рыночного мышления и умения применять полученные в области рекламной деятельности знания в практической деятельности на внутреннем и внешнем рынках.

Задачами курса являются:

- дать представление об основных понятиях рекламной деятельности и роли рекламы в задачах эффективного управления организациями и предприятиями в условиях рыночных отношений.
- обучить студентов методам рекламы, и дать практические навыки в области разработки рекламы и поведения рекламной кампании;
- ознакомить студентов с принципами распределения рекламных усилий и формирования рекламного бюджета;
- дать представление о средствах рекламы и выборе эффективных каналов рекламы;
- показать студентам, как организована работа рекламных агентств и их взаимодействия с рекламодателями;
- ознакомить студентов с методами мониторинга рекламы и оценки эффективности рекламных кампаний;
- развитие у студентов творческого мышления в области рекламной деятельности;
- показать место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Рекламная деятельность» входит в перечень дисциплин базовой части ОПОП.

Содержание дисциплины «Рекламная деятельность» является логическим продолжением содержания таких дисциплин, как «Маркетинг» и др. и служит основой для освоения дисциплин «Экономика предприятия» др.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ОПК-4.1	Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров
ОПК-4.2	Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области экспертизы и управления качеством
ОПК-6.1	Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи
УК-1.2	Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи
УК-1.3	Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-1.4	Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности
УК-1.5	Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 4	Сем. 7	1	17	34	0.25	20.75	72	2

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	КРАТ	Контроль	СР		
Курс 4	Сем. 7	1	4	6	0.25	3.75	58	72	2

Объем дисциплины и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 4	Сем. 7	1	17	17	0.25	37.75	72	2



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7	Реклама: понятие, содержание, цели	1-2 неделя	1		2				2		Обсуждение научных докладов по проблемным вопросам
7	Регулирование рекламной деятельности	3-4	2		4				2		Блиц-опрос
7	Социально-психологи- ческие основы рекламы	5-6	2		4				2		Тестирование Обсуждение научных докладов,
7	Классификация рекламных средств и условия их применения	7-8	2		4				2		Обсуждение научных докладов по проблемным вопросам
7	Товарные знаки	9-10	2		4				2		Тестирование Обсуждение научных докладов,
7	Организация реклам- ной деятельности	10-11	2		4				2		Обсуждение научных докладов по проблемным вопросам
7	Разработка рекламного обращения	12-13	2		4				4		Обсуждение научных докладов по проблемным вопросам
7	Особенности организа- ции и применения ре- кламы в магазине и других областях деятельности	14-15	2		4				2		ТестированиеОбсуждение научных докладов,
7	Особенности рекламы отдельных видов товаров	16-17	2		4				2,75		ТестированиеОбсуждение научных докладов,
7	Промежуточная аттестация	17				0,25					Зачет в устной форме
	ИТОГО:		17		34	0.25			20.75		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
7	Реклама: понятие, содержание, цели	1						6	
7	Регулирование рекламной деятельности							6	
7	Социально-психологические основы рекламы			1				6	
7	Классификация рекламных средств и условия их применения							6	
7	Товарные знаки			2				6	
7	Организация рекламной деятельности	1		1				6	
7	Разработка рекламного обращения	1		1				6	
7	Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности	1		1				8	
7	Особенности рекламы отдельных видов товаров							8	
7	Промежуточная аттестация					0,25	3,75		
	ИТОГО:	4		6		0.25	3.75	58	

5.3. Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
7	Реклама: понятие, содержание, цели	1		1				2	
7	Регулирование рекламной деятельности	2		2				4	
7	Социально-психологические основы рекламы	2		2				4	
7	Классификация рекламных средств и условия их применения	2		2				4	
7	Товарные знаки	2		2				4	
7	Организация рекламной деятельности	2		2				4	
7	Разработка рекламного обращения	2		2				4	
7	Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности	2		2				4	
7	Особенности рекламы отдельных видов товаров	2		2				7,75	
7	Промежуточная аттестация				0,25				
	ИТОГО:	17		17	0.25			37.75	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Рекламная деятельность», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
7	Реклама: понятие, содержание, цели	1	1	1	Условия и причины возникновения рекламы. Роль рекламы в обществе Античная реклама Реклама в западноевропейских странах. Реклама в России Реклама в конце XX в.	ОПК-4.1; УК-1.1;	Знать: определение рекламы, виды рекламной деятельности, какие черты присущие торговой рекламе, требования к рекламе. Совокупность средств, методов и способов распространения информации в определенной сфере экономической и общественной деятельности людей с целью привлечения внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Слайд-лекция
7	Регулирование рекламной деятельности	2		2	Возникновение и особенности рекламного рынка России. Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Кодекс рекламной практики	УК-1.1; УК-1.4; УК-1.5;	Знать: закон «О рекламе», который позволяет на современном этапе управлять рынком различных средств рекламы, определяет особенности рекламы отдельных видов товаров и услуг. Основные требования, которые устанавливает закон. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							литературы Владеть: навыками сбора и анализа информации	
	Социально-психологические основы рекламы	2		2	Внутренние и внешние факторы (раздражители. Когнитивные аспекты рекламного воздействия Эмоциональный аспект рекламного воздействия . Рекламные модели	ОПК-6.1; УК-1.3; УК-1.2;	Знать: методы психологического воздействие рекламы на ее потребителя, мотивы; Уметь: оказывать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования и побудить тем самым к совершению определенного действия или поступка Владеть: приемами психологического воздействия	, Слайд-лекция
	Классификация рекламных средств и условия их применения	2		2	Классификация видов и средств торговой рекламы. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки (реклама в прессе, печатная (полиграфическая) реклама, компьютерная реклама, реклама на радио, прямая почтовая реклама, наружная реклама и другие средства рекламы).	ОПК-4.1; ОПК-4.2; УК-1.5; УК-1.3;	Знать: рекламной средство представляет собой материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта. Классификацию рекламных средств. Уметь: оказывать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования и побудить тем самым к совершению определенного действия или поступка Владеть: навыками овладения рекламными средствами.	, Типовые задания, Проблемное обучение
	Товарные знаки	2		2	Понятие фирменного стиля предприятия. Товарный знак-главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе. Рекламный	ОПК-4.2; ОПК-6.1; УК-1.2;	Знать: фирменный стиль, элементы фирменного стиля, торговая марка, бренд, систему фирменного стиля, требования предъявляемые к ним. Порядок	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					слоган. Брендинг, как технология фирменности продукции.		регистрации товарных знаков. Уметь: подбирать носители фирменного стиля, создавать фирменные стили, разрабаты-вать бренд. Владеть: навыками раскрытия бренда	
	Организация рекламной деятельности	2	1	2	Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности. Выбор рекламного агентства. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства.	УК-1.1; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5;	Знать: место рекламных агентств в народном хозяйстве и их положительную роль между предприятием и торговлей. Структуру рекламного агентства, схему взаимодей-ствия рекламодателя с агентства - ми на протяжении всей рек-ламной кампании. Уметь: планировать реклам-ную деятельность. Владеть: схемой подготовки рекламного обращения	, Слайд-лекция
	Разработка рекламного обращения	2	1	2	Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Основные принципы составления рекламных текстов	ОПК-4.2; ОПК-4.1; ОПК-6.1; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5;	Знать: требования, предъяв-ляемые к рекламе, требования, предъявляемые к иллюстраци-ям в рекламных объявления. Какое значение имеет шрифт, свет, звук. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и допол-нительной литературы. Владеть: приемами, применяемыми при иллюстрирова-нии рекламного объявления	, Слайд-лекция
	Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности	2	1	2	Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Основные принципы	УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5;	Знать: витрины являются од-ним из важнейших средств торговой рекламы, устройство витрин, показ различных групп товаров в витрине и их особенности. Уметь: организовать свою	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					составления рекламных текстов		самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: приемами, применяемыми при иллюстрировании рекламного объявления.	
	Особенности рекламы отдельных видов товаров	2		2	Реклама алкогольной продукции. Реклама табака, табачных изделий. Реклама лекарственных средств. Реклама биологических активных добавок и пищевых добавок. Реклама оружия	ОПК-4.1; УК-1.3; УК-1.4;	Знать: особенности рекламы отдельных видов рекламы, нормативные акты регулирующие размещение и распространение рекламы Уметь: использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач;изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента; Владеть:методами и средствами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач; методами сбора и обработки информации по вопросам спроса и товарных предложений	, Слайд-лекция
	ИТОГО:	17	4	17				

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
7	Реклама: понятие, содержание, цели	Место рекламы всистеме маркетинговых коммуникаций	2		1
7	Регулирование рекламной деятельности	История возникновения и развития рекламы в России. Правовое регулирование рекламной деятельности	4		2
7	Социально-психологические основы рекламы	Роль рекламы в обществе	4	1	2
7	Классификация рекламных средств и условия их применения	Средства распространения и размещения рекламы	4		2
7	Товарные знаки	Имидж и фирменный стиль в рекламе	4	2	2
7	Организация рекламной деятельности	Основы проведения рекламной кампании	4	1	2
7	Разработка рекламного обращения	Разработка и содержание рекламных объявлений и текстов	4	1	2
7	Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности	Особенности рекламы торгового предприятия. Витрины как средства рекламы.	4	1	2
7	Особенности рекламы отдельных видов товаров	Реклама алкогольной продукции.Реклама табака, табачных изделий. Реклама лекарственных средств. Реклама биологических активных добавок и пищевых добавок. Реклама оружия	4		2
	ИТОГО:		34	6	17

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
	Реклама: понятие, содержание, цели	Составление плана-конспекта	1-2 неделя	2	6	2
	Регулирование рекламной деятельности	Написание доклада или подготовки электронной презентации	3-4 неделя	2	6	4
	Социально-психологические основы рекламы	Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных Написание доклада или подготовки электронной презентации	5-6 неделя	2	6	4
	Классификация рекламных средств и условия их применения	Знакомство с базами данных, изучение учебной и научной литературы, в т.ч. в ЭБС. Написание доклада или подготовки электронной презентации	7-8 неделя	2	6	4
	Товарные знаки	Написание доклада или подготовки электронной презентации	9-10 неделя	2	6	4
	Организация рекламной деятельности	Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных Написание доклада или подготовки электронной презентации	11-12 неделя	2	6	4
	Разработка рекламного обращения	Знакомство с базами данных, изучение учебной и научной литературы, в т.ч. в ЭБС. Написание доклада или подготовки электронной презентации	13-14 неделя	4	6	4
	Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности	Подготовка научных статей. Решение ситуационных задач. Выполнение тестовых заданий	15-16 неделя	2	8	4
	Особенности рекламы отдельных видов товаров	Написание доклада или подготовки электронной презентации	17 неделя	3	8	8
	ИТОГО:			21	58	38

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
Модуль 7 Вовлечение обучающихся в профориентационную деятельность	Декабрь 2027 г. Майкоп, ул.Чкалова, 63Магазин«ФермерскаяЛавка»	Особенности организации и применения рекламы в магазине и ее роль в продвижении товаров	групповая	Блягоз З. Н.	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-6.1; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5;

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

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Рекламная деятельность : методические указания к выполнению практических работ по направлению подготовки бакалавров 38.03.07	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=00002967
659.1(07) М 54 Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Рекламная деятельность» по направлению подготовки бакалавров 38.03.07	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100058781

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Рекламная деятельность : методические указания к выполнению практических работ по направлению подготовки бакалавров 38.03.07	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=00002967
659.1(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Рекламная деятельность в Интернете» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Калашникова С.В. - Майкоп : Б.и., 2017. - 33 с. - ЭБ НБ МГТУ. - URL: http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051515 . - Режим доступа: свободный. - Библиогр.: с. 27-28 (10 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051515&DOK=0942AC&BASE=000001
Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Антипов К.В. - Москва: Дашков и К, 2021. - 326 с. - ЭБС «Znaniy.com» - Режим доступа:	https://znaniy.ru/catalog/document?id=431704
Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / Кузнецов П.А. - Москва: Дашков и К, 2018. - 296 с. - ЭБС «Znaniy.com» -	https://znaniy.com/catalog/document?pid=1091796
Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555988	https://urait.ru/bcode/555988

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,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ОПК-4.1 Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров			
8	9	9	Преддипломная практика
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
4	4	4	Ознакомительная практика
7	7	7	Рекламная деятельность
4	6	5	Товарный менеджмент
ОПК-4.2 Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области экспертизы и управления качеством			
8	9	9	Преддипломная практика
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
4	4	4	Ознакомительная практика
7	7	7	Рекламная деятельность
5	6	6	Стандартизация, сертификация и управление качеством
ОПК-6.1 Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач			
8	9		Преддипломная практика
4	4	4	Информационные технологии
7	7	7	Рекламная деятельность
4	4	4	Ознакомительная практика
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи			
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
8	9	9	Преддипломная практика
4	4	4	Ознакомительная практика
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
7	8	8	Логистика
7	8	8	Прогнозирование товарных рынков
7	7	7	Рекламная деятельность
4	5	5	Маркетинг
3	4	4	Химия
34	34	34	Физика
2	1	2	Теория менеджмента
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	1	1	Концепции современного естествознания
12	12	12	Математика
1	1	1	Философия
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи			
8	9	9	Преддипломная практика
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
4	4	4	Ознакомительная практика
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
7	8	8	Логистика
7	8	8	Прогнозирование товарных рынков
7	7	7	Рекламная деятельность



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
4	5	5	Маркетинг
3	4	4	Химия
34	34	34	Физика
2	1	2	Теория менеджмента
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	1	1	Концепции современного естествознания
12	12	12	Математика
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки			
8	9	9	Преддипломная практика
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
4	4	4	Ознакомительная практика
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
7	8	8	Логистика
7	8	8	Прогнозирование товарных рынков
7	7	7	Рекламная деятельность
4	5	5	Маркетинг
3	4	4	Химия
34	34	34	Физика
2	1	2	Теория менеджмента
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	1	1	Концепции современного естествознания
12	12	12	Математика
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности			
8	9	9	Преддипломная практика
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
4	4	4	Ознакомительная практика
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
7	7	7	Рекламная деятельность
4	5	5	Маркетинг
34	34	34	Физика
2	1	2	Теория менеджмента
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	1	1	Концепции современного естествознания
12	12	12	Математика
1	1	1	Философия
3	4	4	Химия
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи			
8	9	9	Преддипломная практика
6	6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
4	4	4	Ознакомительная практика
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
7	8	8	Логистика
7	8	8	Прогнозирование товарных рынков
7	7	7	Рекламная деятельность



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
4	5	5	Маркетинг
34	34	34	Физика
2	1	2	Теория менеджмента
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	1	1	Концепции современного естествознания
1	1	1	Философия
12	12	12	Математика

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
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ОПК-4: Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы;					
ОПК-4.1 Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров					
Знать: принципы товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат
Уметь: предлагать обоснованные орг анизационно- управленческие решения в сферах товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками анализировать товарную структуру рынка с целью применения принципов товарного менеджмента и управления ассортиментом.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-4: Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы;					
ОПК-4.2 Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области экспертизы и управления качеством					
Знать: современные системы обеспечения качества продукции, направления проведения экспертизы товаров.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	ролевая игра
Уметь: применять	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
стандарты организации в практике торговли в целях экспертизы и управления качеством товаров и обоснования управленческих решений.			небольшие ошибки		
Владеть: навыками анализировать товарную структуру рынка с целью применения принципов товарного менеджмента и выявления некачественных товаров.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.					
ОПК-6.1 Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач					
Знать: общие и специализированные пакеты прикладных программ.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	проектирование рекламных роликов
Уметь: применять общие и специализированные пакеты прикладных программ для поиска информации при решении профессиональных задач.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования технических средств и информационных технологии для поиска информации при решении профессиональных задач.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	доклад
Уметь:	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
аргументированн о формировать собственное суждение и оценку информации.			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи					
Знать: особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему;- логические формы и процедуры, демонстрировать способность к рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	реферат
Уметь: анализировать источники информации с точки зрения временных и пространственны х условий их возникновения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	ситуационные задачи
Уметь: аргументированн о формировать собственное	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
суждение и оценку информации.					
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности					
Знать: основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	собеседование
Уметь: критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса задач научно-исследовательского и прикладного характера.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	составление рекламных текстов
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	сообщение
Уметь: аргументированн о формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	доклад
Уметь: аргументированн о формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности					
Знать: основные термины и базовые элементы, методы исследований в	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	самостоятельная работа



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
системе социальн о-гуманитарном знания.					
Уметь: критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и сис тематизировать знания, аргументированн о отстаивать свою точку зрения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: конкретной методологией и базовыми методами социал ьно-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса с задач научно-иссл едовательского и прикладного характера.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.					
ОПК-6.1 Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач					
Знать: общие и с пециализированн ые пакеты прикладных программ.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	проектирование
Уметь: применять общие и специализирова нные пакеты прикладных программ для поиска информации при решении профессиональны х задач.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования технических средств и информационных технологии для поиска информации при решении профессиональны х задач.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-4: Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы;					
ОПК-4.1 Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров					
Знать: принципы товарного	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные	Сформированные систематические знания	решение задач



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства	
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично		
1	2	3	4	5	6	
менеджмента и управления ассортиментом товаров.			пробелы знания			
Уметь: предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах товарного менеджмента и управления ассортиментом товаров.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения		
Владеть: навыками анализировать товарную структуру рынка с целью применения принципов товарного менеджмента и управления ассортиментом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков		
ОПК-4: Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы;						
ОПК-4.2 Обосновывает и предлагает профессиональные решения в области экспертизы и управления качеством						
Знать: современные системы обеспечения качества продукции, направления проведения экспертизы товаров.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа	
Уметь: применять стандарты организации в практике торговли в целях экспертизы и управления качеством товаров и обоснования управленческих решений.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения		
Владеть: навыками анализировать товарную структуру рынка с целью применения принципов товарного менеджмента и выявления некачественных товаров.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков		
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач						
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи						
Знать:	Фрагментарные	Неполные знания	Сформированные,	Сформированные	доклад	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему;- логические формы и процедуры, демонстрировать способность к рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	знания		но содержащие отдельные пробелы знания	систематические знания	
Уметь: анализировать источники информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи					
Знать: логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	презентация
Уметь: аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

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



1. Реклама в системе маркетинга.
 2. Реклама и теория коммуникаций.
 3. Основные средства маркетинговых коммуникаций.
 4. Прямой маркетинг.
 5. Паблик рилейшинз.
 6. Стимулирование сбыта.
 7. Основные характеристики рекламы. Функции, задачи и классификация рекламы.
 8. История рекламы.
 9. Возникновение и особенности рекламного рынка России.
 10. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
 11. Кодекс рекламной практики.
 12. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека.
 13. Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя.
 14. Потребительские мотивы
- Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки.
15. Понятие фирменного стиля предприятия.
 16. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе.
 17. Рекламный слоган.



18. Брендинг, как технология фирменности продукции.
 19. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности.
 20. Выбор рекламного агентства.
 21. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства.
 22. Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения.
 23. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях.
 24. Основные принципы составления рекламных текстов.
 25. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж.
 26. Элементы оформления магазина.
 27. Витрины как средства рекламы, их виды классификация и требования к ним.
- 7.3.2. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

Примерная тематика докладов

1. Роль рекламы в жизни общества (современное состояние).
2. История развития и эволюция рекламы.
3. Понятие и сущность рекламы. Виды рекламы.
4. Нормативно – правовая база рекламного бизнеса в России.
5. Организация рекламной деятельности на фирме.
6. Исследования рынка рекламы (на примере конкретного рынка).
7. Имиджевая реклама и ее составляющие.
8. Создание брэндов.



9. Основные принципы построения рекламного обращения.
10. Психологические механизмы воздействия рекламы.
11. Использование в рекламе мотивов.
12. Стереотипы, влияющие на характеристики рекламы.
13. Значение цвета в рекламе.
14. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов.
15. Роль и место рекламы в прессе. Ее виды.
16. Методы НЛП в рекламе.
17. Основные характеристики печатных средств массовой информации.
18. Содержание и оформление рекламного объявления.
19. Значение и особенности радио – рекламы.
20. Телевизионная реклама: особенности, виды, приемы создания.
21. Прямая почтовая реклама и ее преимущества.
22. Реклама на выставках. Цели и задачи участия в выставках.
23. Планирование и организация рекламной кампании.
24. Реклама на месте продаж как важный инструмент стимулирования
25. продаж.
26. Планирование рекламного бюджета: факторы, методы.
27. Способы и приемы оценки эффективности рекламы.
28. Наружная реклама. Требования к размещению наружной рекламы.



29. Рекламные агентства и их структура.

30. Социальная и политическая реклама.

7.3.3. Тестовые задания для проведения остаточного контроля знаний по дисциплине

Тема «Сущность и роль рекламы в рыночной экономике»

1. Первым из дошедших до нас рекламных сообщений считается:

- а) египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба;
- б) сообщение о продаже молитвенника в Англии;
- в) надписи на стенах в древних городах.

2. 1450 год знаменит появлением:

- а) первого рекламного сообщения;
- б) печатного станка;
- в) первого специализированного рекламного агентства.

3. Основные задачи рекламы - это:

- а) стимулировать сбыт;
- б) формировать спрос;
- в) просвещать население.

4. Рекламодатель - это:

- а) юридическое или физическое лицо, являющееся заказчиком рекламы;
- б) независимое предприятие, готовящее и размещающее рекламу;
- в) канал информации, по которому реклама доходит до потребителя.



5. Слово «реклама» можно перевести как:

- а) с греческого «говорить»;
- б) с французского «рассказывать»;
- в) с латинского «громко кричать».

6. Первое печатное объявление было издано:

- а) в Англии;
- б) Франции;
- в) США.

7. Кто является потребителем рекламы:

- а) юридические лица;
- б) физические лица;
- в) юридические и физические лица.

8. Печатный станок был изобретен:

- а) И. Гутенбергом;
- б) Т. Реностно;
- в) Б. Франклином.

9. Кто из советских писателей внес наибольший вклад в развитие рекламы:

- а) С. Есенин;
- б) А. Блок;
- в) В. Маяковский?



10. По характеру воздействия на потребителей реклама может быть:

- а) индивидуальной;
- б) массовой;
- в) коллективной.

11. Первая реклама в России связана с появлением:

- а) зазывал и коробейников;
- б) лубочных картинок;
- в) первых печатных объявлений в газетах.

12. Основателем рекламы в США считают:

- а) Б. Франклина;
- б) Дж. Вашингтона;
- в) Т. Рузвельта.

13. Современный рекламный процесс состоит:

- а) из трех звеньев;
- б) четырех звеньев;
- в) пяти звеньев.

14. Чем знаменателен 1472 год в истории рекламы:

- а) созданием первого в мире рекламного бюро;
- б) появлением первого рекламного объявления;
- в) появлением печатного станка.



15. В России первое печатное рекламное объявление вышло во время правления:

- а) Петра I;
- б) Алексея Михайловича;
- в) Николая I.

Тестовые задания

1. Пресс-релиз – это:

- а) подготовка информационного сообщения для прессы
- б) проведение встречи с журналистами
- с) формирование материалов для распределения на прессконференциях
- д) форма рекомендательных писем

2. PR-кампания – это:

- а) активная работа с целевой аудиторией
- б) поддержание взаимодействия со средствами массовой информации
- с) исследование рынка с целью определения наилучших ниш для ведения бизнеса
- д) комплекс мероприятий, направленных на поддержание и улучшение имиджа компании

3. Паблик рилейшнз – это:

- а) деятельность по влиянию на мнение целевых аудиторий в чьих либо интересах
- б) полный комплекс всех возможных методов по продвижению товара или услуги
- с) связь с общественностью
- д) организация воздействия на общественное мнение



4. В начале XX в. впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения:

- a) Ю. Хабермас
- b) У. Липпман
- c) Л. Джордж

5. Основная мысль Айве Ли в книге «Паблисити»:

- a) политики должны прислушиваться к мнению общественности с целью принятия целесообразных решений
- b) общественность необходимо убеждать в правоте своих действий
- c) имидж человека/организации можно изменять с помощью разных приемов, методов

6. Сэм Блэк – это:

- a) автор фундаментальных трудов по паблик рилейшнз
- b) человек, изобретший понятие «паблик рилейшнз»
- c) советник по паблик рилейшнз президента США
- d) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые

7. Структура, которая представляла собой уникальный опыт связей с общественностью в Средневековой Руси называлась:

- a) Народное вече
- b) Рада
- c) Боярское собрание

8. Целевая аудитория – это:

- a) группа людей, объединенных общей целью
- b) группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель



с) группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренда)

д) группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования

9. Международная ассоциация служб связей с общественностью была создана в: а) 1990 году б) 1965 году с) 1955 году

10. К promotion-мероприятиям относят:

а) доведение товара до потребителя

б) розыгрыши, скидки, дегустации

с) обмен информацией

11. Розыгрыш – это:

а) продвижение товара с помощью специальных торговых предложений

б) вид стимулирования потребителей, при котором делается упор на развлекательность и возможность получения легкого выигрыша

с) средство воздействия, стимулирующее сбыт товара путем активизации работы товаропроводящей сети

12. Цель salespromotion – это:

а) подтолкнуть потребителя к покупке

б) снизить цену для потребителя

с) создать успех фирме производителя

13. Типы адресатов salespromotion относят к:

а) потребителю, торговым посредникам, торговому персоналу

б) фирме-конкуренту

с) фирме-производителю



14. _____ – это раздача пробных образцов продукта с целью ознакомления покупателя с товарной маркой и предоставления возможности попробовать товар.

15. Сувенирная реклама зародилась в:

a) России

b) США

c) Англии

16. _____ – комплекс мероприятий, проводимых в торговом зале и направленных на эффективное представление и продвижение товара.

17. Salespromotion – это:

a) обмен фирменными товарами с определенными товарными знаками

b) деятельность по реализации коммуникативных и творческих идей, стимулирующая продажи и услуги рекламодателя в короткие сроки

c) формирование творческих идей

18. К субъектам мероприятий продвижения продаж относят:

a) фирмы-производители

b) конкурентов

c) торговых посредников

19. Глобальная торговая марка – это:

a) марка, которая имеет одинаковое название, одинаковый дизайн и одинаковую творческую (включая рекламную) стратегию во всех странах мира

b) марка, которая имеет одинаковый дизайн и одинаковую творческую (включая рекламную) стратегию во всех странах мира

c) марка, которая имеет различное название, одинаковый дизайн и одинаковую творческую (включая рекламную) стратегию во всех странах мира



20. Глобальные торговые марки:

- a) Coca-Cola, IBM, Marlboro, Xerox, Chanel, Gillette
- b) «Ультралайт», BMW, Mercedes-Benz, Pepsi Cola Foods
- c) McDonald's, Rolex, Toyota, Nissan, «Идеал»

21. Наиболее авторитетный международный фестиваль рекламы:

- a) «Пальмовая ветвь»
- b) «Каннские львы»
- c) «Золотой кубок»

22. Бренды: а) всегда совпадают с названиями производителей

b) никогда не совпадают с названиями компаний-производителей

c) могут совпадать и не совпадать с названиями компаний производителей

23. Методы управления РНК обычно основываются на использовании:

- a) единого языка (как правило, итальянского)
- b) единого механизма контроля (бюджета)
- c) единого языка единого, механизма контроля, единого стратегического плана

24. Причины появления международной рекламы:

- a) экономические
- b) рекламные
- c) оба варианта верны

25. Основные методы управления международными рекламными кампаниями:



а) централизованный, децентрализованный и смешанный

б) централизованный, децентрализованный

с) верного ответа нет

26. Брендинг – это:

а) деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару

б) деятельность по созданию краткосрочного предпочтения к товару

с) деятельность по созданию сезонного предпочтения к товару

27. Международная реклама использует:

а) язык той страны, в которой воспроизводится

б) английский язык

с) французский язык

28. Глобальная реклама – это реклама, предназначенная для продвижения:

а) одного продукта в целом ряде стран

б) нескольких продуктов в одной стране

с) одного продукта в одной стране

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

Методические материалы при приеме зачета

Зачет по дисциплине (модулю) служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (семестров) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении профессиональных задач.



Шкала оценивания	Оценка	Критерии выставления оценки
100-процентная шкала	Неудовлетворительно	менее 50 % правильных ответов
	Удовлетворительно	50- 69 % правильных ответов
	Хорошо	70-84 % правильных ответов
	Отлично	85-100 % правильных ответов
Двухбалльная шкала	Незачтено	Не выполнено
	Зачтено	Выполнено
Четырехбалльная шкала	Неудовлетворительно	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.
	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.
	Хорошо	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
	Отлично	Обучающийся 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.

7.4.2 Методические материалы по оцениванию тестирования

Преподаватель может использовать тесты на бумажном носителе, Интернет-экзамен, Интернет-тренажеры. Время тестирования, обычно не менее 40 минут. Результаты тестирования проверяет преподаватель. Критерии оценивания теста и дидактические единицы, для которых составлены тестовые задания, сообщаются студенту обычно на первом занятии по дисциплине.



Оценивание ответов на тест определяется в соответствии с таблицей приведенной ниже:



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

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Рекламная деятельность : методические указания к выполнению практических работ по направлению подготовки бакалавров 38.03.07 "Товароведение" / М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т ; [сост. Блягоз З.Н.]. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2018. - 71 с. - Прил.: с. 20-69. - Библиогр.: с. 70 (8 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=00002967
Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555988	https://urait.ru/bcode/555988
Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Антипов К.В. - Москва: Дашков и К, 2021 - 326 с. - ЭБС «Znaniy.com» - Режим доступа:	https://znaniy.ru/catalog/document?id=431704
Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557155	https://urait.ru/bcode/557155
Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / Кузнецов П.А. - Москва: Дашков и К, 2018. - 296 с. - ЭБС «Znaniy.com» -	https://znaniy.com/catalog/product/1091796

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
659.1(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Рекламная деятельность в Интернете» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Калашникова С.В. - Майкоп : Б.и., 2017. - 33 с. - ЭБ НБ МГТУ. - URL: http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051515 . - Режим доступа: свободный. - Библиогр.: с. 27-28 (10 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051515&DOK=0C7030&BASE=0007AA
Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / Кузнецов П.А. - Москва: Дашков и К, 2018. - 296 с. - ЭБС «Znaniy.com» -	https://znaniy.com/catalog/product/1091796
Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557155	https://urait.ru/bcode/557155

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". - Москва, 2011 - - URL: <http://znaniy.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст:



электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/IPRBooks>. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/eLIBRARY.RU> : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

9.1 Формы проведения занятий

Очная форма обучения: Лекции – 17 часов, практические занятия – 34 часа.

Заочная форма обучения: Лекции – 4 часа, практические занятия – 6 часов.

ОЗФО - Лекции – 17 часов, практические занятия – 17 часов.

Формы контроля

Допуском к сдаче зачета является выполнение всех предусмотренных учебным планом практических работ и их защита.

Промежуточный контроль -зачет.

Порядок изучения дисциплины

(Последовательность действий бакалавра при изучении дисциплины)

Для бакалавров очной формы обучения

Учебный план дисциплины предусматривает проведение лекционных и практических занятий. Материал разбит на разделы, каждый из которых включает лекционный материал, практические работы и перечень тем предназначенных для самостоятельного изучения.

После каждого лекционного занятия студент должен просмотреть законспектированный материал, с помощью учебной литературы, рекомендованных источников сети Интернет разобрать моменты, оставшиеся непонятными, ответить на контрольные вопросы, приводимые в конце каждой темы. В случае если на какие-то вопросы найти ответ не удалось, студент должен обратиться на следующем занятии за разъяснениями к преподавателю.

Практические работы предназначены для закрепления теоретического материала, получения практических навыков, формирования отдельных компетенций. Перед занятием магистр должен повторить относящийся к указанной преподавателем теме материал. Во время проведения практического занятия студент должен выполнить все необходимые расчеты, произвести требуемые измерения, провести их обработку и т.д. По итогам выполненной работы необходимо представить результаты преподавателю, ответить на контрольные вопросы, приводимые в методических указаниях к выполнению практических работ.

Для полноценного освоения тем, вынесенных на самостоятельное изучение необходимо пользоваться литературой имеющейся в

библиотеке и рекомендованной преподавателем, доступными источниками электронной библиотечной системы и сети Интернет. В рабочей программе по дисциплине приводится перечень всех изучаемых тем, практических работ, а также основная, дополнительная литература, ссылки на источники из электронной библиотечной системы и сети Интернет. В случае если какие-то вопросы остаются неясными во время аудиторных занятий или консультаций необходимо обратиться к преподавателю.

Промежуточный контроль – зачет - проводится очно, в устной форме. На подготовку к ответу студенту отводится не менее 40 мин.

Для студентов заочной формы обучения

Аудиторные занятия состоят из лекций и практических работ в период установочной и экзаменационной сессий.

В период установочной сессии студенты знакомятся также с перечнем изучаемых тем, выполняемых практических работ, контрольных вопросов, правилами выполнения заданий, расписанием консультаций.

В период между установочной и экзаменационной сессиями магистр знакомится с вынесенными на самостоятельное изучение темами. В случае возникновения вопросов студент может обратиться к преподавателю лично или по электронной почте. В экзаменационную сессию магистр представляет результаты выполнения практических работ, отвечает на вопросы преподавателя по ним.

Промежуточный контроль – зачет - проводится очно, в устной форме. На подготовку к ответу студенту отводится не менее 40 мин.

Рекомендации по работе с рекомендуемой литературой

В рабочей программе содержится перечень всех изучаемых в рамках данного курса тем, практических работ и рекомендованных при их изучении источников. Необходимо помнить, что в конспекте лекций содержится только минимально необходимый теоретический материал, при самостоятельном изучении тем, подготовке к лабораторным работам и промежуточному контролю необходимо пользоваться рекомендованной как основной и дополнительной литературой, так и источниками электронных библиотечных систем и сети Интернет.

Литература, рекомендуемая в качестве основной, наиболее полно отражает содержание данного курса, поэтому при подготовке необходимо преимущественно пользоваться ею, но отдельные из рассматриваемых вопросов лучше освещены в специальных источниках, которые приводятся в списке дополнительной литературы. Также туда отнесены источники, содержащие необходимый справочный материал, дающие ретроспективный обзор рассматриваемых тем, необходимые при подготовке докладов, рефератов.

Рекомендации по работе с тестовой системой

Промежуточное тестирование является одним из видов контроля знаний студентов, позволяющим преподавателю выставить оценку в ведомость учета успеваемости. Преподаватель имеет право проводить дополнительные мероприятия по выявлению достижений студента для обоснованного выставления оценки.

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

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

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

Название

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

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rmb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp



Название
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
Министерство экономического развития Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течении суток. – URL: https://www.economy.gov.ru/. - Текст: электронный. https://www.economy.gov.ru/
ГОСТ. Электронная энциклопедия, все от А до Я : главный общественный сайт о товарах. – [Москва], 2019. - . – URL: https://tovaroved.clan.su/. – Текст: электронный. Сайт 'ГОСТ' -главный общественный сайт о товарах, разработан специально для просвещения нашего общества в вопросах: Производство товаров. Классификация и ассортимент товаров и услуг. Технология продажи товаров и оказания услуг. Размещение и выкладка товаров. Хранение, упаковка, маркировка товаров. Торговые вычисления. Оборудование торговых предприятий. Торговые вычисления. Учет и отчетность торговых предприятий. Деловая культура работников торговли. Обязанности и права продавцов. Обязанности и права покупателей. Реклама товаров. Вся информация на сайте 'ГОСТ' представлена для ознакомления всего населения. Продавцам это знать просто необходимо. Покупателям это знать очень полезно. https://tovaroved.clan.su/



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Лаборатория товароведения и экспертизы продовольственных и непродовольственных товаров; Научно-исследовательская лаборатория оценки качества и безопасности сырья и продуктов питания; Лаборатория оценки качества безопасности сырья и пищевых продуктов (1-301) 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, дом № 191, Здание учебного корпуса	Холодильник; Хлебопечь LG (для лабораторной выпечки образцов); ИДК-1 (прибор для определения качества клейковины); Прибор Журавлева (для определения пористости хлеба); Лабораторная посуда для проведения органолептической оценки продовольственных товаров; Образцы продовольственных и непродовольственных товаров; Нормативная и справочная литература; Проектор; Экран; Анализатор АКВ-07 МК вольтамперометрический; Комплекс по определению массовой доли азота и белка по Кьельдалю «Кельтран»; Спектрофотометр ПЭ-5400УФ; Ультразвуковой технологический аппарат «Волна»; Хроматограф жидкостной аналитический малогабаритный «Цвет Яуза»; Рефрактометр ИРФ- 454 Б2М; Вибровискозиметр серии SV-10; Микроскоп цифровой стереоскопический панкратический MC-2-ZOOMDigital; pH-Метр МАРК-903; Баня водяная многоместная ТБ-6А; Лабораторная мельница «Вьюга»; Центрифуга лабораторная УС-1412А; Печь электрокамерная ЭКСП-10; Весы аналитические «А&DSCALES Co, LTD; Аппарат Сокслета	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (1-313) 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, дом № 191, Здание учебного корпуса	Учебная мебель на 50 посадочных мест, доска, переносное мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Учебные аудитории для самостоятельной работы: читальный зал: ул.Первомайская ,191, 3 этаж	Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765

