

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Ивановский государственный политехнический университет"**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института _____

_____ 2026 г.

Рекламная деятельность

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	ОПГХ (Организации производства и городского хозяйства)		
Учебный план	38.03.07 Товароведение		
Направленность (профиль)	Экспертиза и товарный менеджмент в цифровой экономике		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очно-заочная		
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	64	Виды контроля в семестрах: зачет, 3 семестр	
в том числе:			
аудиторные занятия	16		
самостоятельная работа	48		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	48	48	48	48
Часы на контроль				
Итого	64	64	64	64

Программу составил(и):

Челнокова Н.Ю., доцент, _____

Рецензент(ы):

Медведева М.В., доцент, _____

Рабочая программа дисциплины

Рекламная деятельность

Разработана в соответствии с ФГОС ВО

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. Утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 985

составлена на основании учебного плана

38.03.07 Товароведение

утвержденного ученым советом вуза от 07.05.2026 протокол №7

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

ОПГХ (Организации производства и городского хозяйства)

Зав. кафедрой Опарина Л.А. _____

Согласовано

Зав. выпускающей кафедрой МТСМ Грузинцева Н.А. _____

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цели:	формирование комплекса знаний, умений и навыков в области теории и практики рекламы.
Задачи:	- изучение основ рекламной деятельности, в том числе классификации видов рекламы и способов ее распространения; - освоение методики создания рекламных текстов, разработки сценариев для рекламы; - формирование умения применять полученные знания на практике в зависимости от потребностей ситуации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
	знать: основные правила русского языка, систему функциональных стилей русского языка, нормы литературного языка; уметь: работать с учебной литературой и другими информационными источниками; владеть: основными приемами и навыками работы по освоению нового материала, методами анализа и синтеза полученной информации, правилами успешного усвоения изучаемого материала.
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
	Производственная практика (преддипломная), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ	
УК-10:Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	
ПК-2:Способен осуществлять мониторинг рынка предмета закупки для корпоративных нужд	
ПК-2.1. Мониторинг цен на товары, работы, услуги	
ПК-2.2. Выявление ценообразующих параметров товаров, работ, услуг	
ПК-2.3. Анализ диапазона цен и консультирование о диапазоне цен на товары, работы, услуги	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
Знать:	- определение рекламы, ее основные характеристики; - положение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций; - виды рекламы, ее классификацию; - схему построения плана рекламной кампании; - важнейшие показатели медиапланирования; - оценку эффективности рекламной деятельности; организацию рекламной деятельности в зависимости от масштаба рекламного производства; - рекомендации по написанию рекламного текста;
Уметь:	- организовать работу по созданию положительного имиджа предприятия; - определять основные показатели эффективности рекламной кампании; - разработать рекламное обращение; - выявить недостатки рекламного текста; - разработать креативный бриф на оказание рекламных услуг;
Владеть:	- основными показателями медиапланирования; - характеристиками носителей рекламной информации; - специальной рекламной терминологией и лексикой данной дисциплины; - особенностями организации и применения рекламы в некоторых областях деятельности.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
Раздел 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций Тема 1. Цели и задачи рекламной деятельности Тема 2. История рекламы Тема 3. Субъекты рекламной деятельности Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности Тема 5. Требования к реклам			
/Лек/	3	4	
/Пр/	3	3	
/СР/	3	17	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности Тема 6. Организация и планирование рекламной кампании Тема 7. Основные средства распространения рекламы. Преимущества и недостатки			
/Лек/	3	2	
/Пр/	3	3	
/СР/	3	15	
Раздел 3. Оценка эффективности рекламных кампаний Тема 8. Экономическая эффективность рекламных мероприятий Тема 9. Психологическая эффективность применения средств рекламы			
/Лек/	3	2	
/Пр/	3	2	
/СР/	3	16	
/За/	3	0	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В рамках внутренней системы оценки качества подготовки для текущего контроля и промежуточной аттестации в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся (очной формы обучения). При проведении занятий и организации самостоятельной работы обучающихся используются: 1. ТРАДИЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу: информационная лекция, лекция-проблема, практические занятия, самостоятельная работа. Информационная лекция Информационная лекция в классическом варианте предполагает одностороннее изложение больших объемов информационного материала. Она побуждает к дополнительному изучению литературы, разъясняя ключевые пункты изучаемой темы. Практические занятия Практическое занятие состоит из трёх структурных частей: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно само практическое занятие (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (работа обучающихся после практического занятия по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях). Самостоятельная работа Средством формирования требуемых компетенций выступает, помимо аудиторной, и самостоятельная работа. Это планируемая работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Использование традиционных технологий обеспечивает ориентирование обучающегося в потоке информации, связанной с различными подходами к определению сущности, содержания, методов, форм развития и саморазвития личности; самоопределение в выборе оптимального пути и способов личностно-профессионального развития; обогащению обучающихся знаниями, навыками и умениями; систематизацию знаний, полученных обучающимися в процессе аудиторной и самостоятельной работы. 2. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ, предполагающие организацию обучения как продуктивной творческой деятельности в режиме взаимодействия обучающихся друг с другом и с преподавателем. Для данной дисциплины наиболее эффективными являются следующие интерактивные технологии: - деловая игра. Деловая игра Деловая игра является деятельностью, при которой имитируют различные практические ситуации. Это позволяет участникам игры экспериментировать, проверять разные способы поведения и даже совершать ошибки, которые в реальности нельзя себе позволить. Обучение участников происходит в процессе совместной деятельности. При этом каждый решает свою отдельную задачу в соответствии со своей ролью и функцией. Использование интерактивных образовательных технологий способствует повышению интереса и мотивации у обучающихся, активизации мыслительной деятельности и их творческого потенциала, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение и ввести экстренную коррекцию знаний. В рамках учебного курса могут быть проведены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, предусмотрены мастер-классы экспертов и специалистов. 3. ДИСТАНЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ При реализации образовательной программы в университете применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Оценка качества освоения дисциплины включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, о чём преподаватель информирует обучающихся в течение первой недели изучения дисциплины. Текущий контроль успеваемости и промежуточные аттестации проводятся на основе фонда оценочных средств, включающего задания для практических работ, вопросы к собеседованию, темы докладов, тесты, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретённых компетенций, вопросы к зачету.

Вопросы к зачету:

1. Определение понятия «реклама», ее основные характеристики
2. Разновидности рекламы
3. Правовое регулирование рекламной деятельности в России
4. Функции рекламы
5. Нормы рекламы, заложенные в Кодекс рекламной практики
6. Внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение человека
7. Потребительские мотивы
8. Преимущества при наличии маркетингового плана
9. Рекламная стратегия, ее основные составляющие
10. Наружная реклама
11. Цели проведения рекламной кампании
12. Основные этапы проведения рекламной кампании
13. Главные задачи медиа-планирования
14. Основные средства распространения рекламы

ФОС по дисциплине представлен в ПРИЛОЖЕНИИ к РПД.

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

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л1.1	Жильцова О. Н.	Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов, ,	Издательство Юрайт, 2017,
Л1.2	Измайлова М.А.	Психология рекламной деятельности: учебник, ,	Издательство Лань: электроннобиблиотечная система, 2021,
Л1.3	Колущинская О.Ю. , Катунина Н.В. , Веретено А.А. [и др.]	Управление рекламной деятельностью организации: учебно-методическое пособие , ,	Издательство Лань: электроннобиблиотечная система, 2019,

7.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л2.1	Антипов К.В.	Основы рекламы : учебник — 3-е изд.- 328 с., ,	Москва : Дашков и К, 2017,
Л2.2	Толмачева С.В.	Рекламная деятельность: учебное пособие, ,	Издательство Лань: электронно-библиотечная система, 2011,

7.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

E-learning Портал электронного образования ИВГПУ: <https://moodle.ivgpu.ru/>

7.3. Информационное обеспечение дисциплины

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

	1. Лицензионное программное обеспечение вуза: Microsoft Windows XP Professional, Сертификат участника программы MSDN academic alliance, Microsoft Office Professional Plus 2007, Лицензионное соглашение, № лиц. 64873126, CorelDRAW Graphics Suitex 4, Сертификат лицензии, № лиц. 3072296. 2. Свободно распространяемое: программный пакет Moodle. 3. Прикладное программное обеспечение: GoogleChrome, Opera, MozillaFirefox и др.
--	---

7.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7.3.2.1	ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн", https://biblioclub.ru
7.3.2.2	Электронная библиотека ИВГПУ, https://lib.ivgpu.ru/
7.3.2.3	ЭБС издательства "Лань", https://e.lanbook.com/

8. МТО (ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ)

Учебная аудитория – помещение для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Это методический кабинет с комплектом учебной и специальной литературы, доской, экраном, проектором и ноутбуком по заявке преподавателя. Имеется выход в информационно-образовательную среду университета.

Читальный зал – помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Изучение данной дисциплины позволяет получить такие знания, умения и навыки, которые могут быть полезны при осуществлении различных видов деятельности.

Дисциплина должна изучаться в следующей последовательности:

1) необходимо ознакомиться с программой курса;

2) прочитать и законспектировать рекомендованную литературу по вопросам, представленным на самостоятельное изучение;

3) выполнить соответствующие задания.

Практические занятия для обучающихся имеют большое значение, в ходе их проведения происходит разбор конкретных практических задач, организуются деловые игры, благодаря чему обучающиеся закрепляют знания теоретических положений курса.

При изучении данной дисциплины необходимо обратить особое внимание на материалы, предложенные для самостоятельного изучения.

10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВО ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Преподавание дисциплины должно учитывать особенности познавательной деятельности и личностной особенности обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов (по возможности на лекциях, семинарах, лабораторных работах и т.д.). Учет особенностей обучающихся с инвалидностью в полной мере проявляется на предусмотренных для таких обучающихся индивидуальных консультациях по дисциплине.

Необходимо во время преподавания в общей группе учитывать реальные возможности лиц с ОВЗ и инвалидов.

Коррекция методики преподавания для данной группы лиц возможна на индивидуальных занятиях. Преподаватель должен учитывать физиологические особенности обучаемого и разработать рекомендации и приемы выполнения поставленной задачи индивидуально. Возможен подбор индивидуального задания с коррекцией уровня сложности выполняемого задания.

Специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Необходимо учитывать тот факт, что обучающиеся не всегда имеют физическую возможность посещать занятия. Поэтому целесообразно разрабатывать дистанционную информационную поддержку процесса обучения. Таким средством могут являться обучающие компьютерные фильмы по данной дисциплине, презентации, которые обучающийся может просматривать дома в комфортной среде и без лимита времени.

Обучающиеся из числа лиц с ОВЗ и инвалидов обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

При проведении занятий в компьютерных лабораториях целесообразно использовать проектор для наиболее удобного размещения обучающегося с ОВЗ при изложении материала занятия.