

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**

ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

УТВЕРЖДЕНА

учёным советом Волгоградского
института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол №3 от 30.08.2020 г.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Стратегическое и операционное управление персоналом организации

(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.ДВ.05.01 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Очная

форма(ы) обучения

Год набора - 2021

Волгоград, 2020 .

Автор(ы)–составитель(и):

РПД одобрена на заседании кафедры государственного управления и менеджмента.

Протокол от 23 сентября 2022 года № 2.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
1.1.	4
1.2.	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
3.2.	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	11
4.1.	11
4.2.	12
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	21
5.1.	21
5.2.	21
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	34
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	41
7.1.	41
7.2.	41
7.3.	41
7.4.	42
7.5.	42
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	42

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1.

1.2.

**2. Объем и место дисциплины
в структуре образовательной программы**

2. -

(2

36

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Работа обучающихся по видам учебных занятий			
			Л/ЭО, ДОТ	ПЗ/ЭО, ДОТ	СР	
Очная форма обучения						
1		12	2	4	6	<i>O, T</i>
2		12	2	4	6	<i>O, 3, T</i>
3		12	2	4	6	<i>O, T</i>
4		12	2	4	6	<i>O, T</i>
5		12	2	4	6	<i>O, 3, T</i>
6		8	2	2		<i>O, 3, T</i>
7		4		2	2	<i>O, 3, T</i>
Всего:		72	12	24	32	4

Примечание: 5 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (O), тестирование (T), реферат (P), домашние задания (З), разработка проекта (П) и др.

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Реклама в системе интегрированных коммуникаций. Основные функции рекламы.

(advertising),

(salepromotion)

(direct-marketing).

Тема 2. Основные виды и носители рекламы.

-

-

Тема 3. Субъекты рекламного рынка. Организация и управление рекламной деятельностью.

-

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности

Тема 5. Организация и проведение рекламных кампаний

GrossRatingPoints
TargetRatingPoints

\HUT\

PUT, HUT, PUR, (share).

-

Тема 6. Рекламный текст. Язык рекламы. Специфика восприятия рекламных текстов.

-

-

Тема 7. Эффективность рекламы: проблема определения.

-

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Очная форма
1	2	3	4
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

4.1.2.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Тема 1-2. Реклама в системе интегрированных коммуникаций. Основные функции рекламы. Основные виды и носители рекламы Семинар 1-2.

Вопросы для устного опроса:

1. AIDCA (1
2. AIDA, DAGMAR, AIDMA, ACCA, DI-BARA (1
3. / (1
4. (1
- 5.
6. 1

3

Product Placement

Темы рефератов:

- 1.
- 2.
3. Indoor
4. SMS-

Домашнее индивидуальное задание 1. Продолжите разработку таблицы в тетради и заполните матрицу рекламных целей (минимум 7, максимально 15):

	<i>Краткосрочные</i>	<i>Среднесрочные</i>	<i>Долгосрочные</i>

Домашнее индивидуальное задание 2. Дать определения и обозначить разницу социальной и политической рекламы.

**Тема 3. Субъекты рекламного рынка. Организация и управление рекламной деятельностью
Семинар 2.**

Вопросы для устного опроса:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Темы рефератов:

- 1.
- 2.

Домашнее индивидуальное задание 1:

Составьте антирекламу на «Киндер-сюрприз», используя не более 10 слов. Возьмите в помощники юмор.

**Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности.
Семинар 3.**

Вопросы для устного опроса:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

**Тема 5. Организация и проведение рекламных кампаний
Семинар 4-5.**

Вопросы для устного опроса:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

Темы рефератов:

- 1.

2.

Домашнее индивидуальное задание 1: Какие различия между японскими, американскими, немецкими туристами Вы бы порекомендовали учитывать при разработке рекламной кампании российского города?

Домашнее задание 2 в группах по 2-3 человека:

-
-
-

12

ji g'izāh iā-ei'ō hjiēshizghī ujet'āzglā uggj'āmjφ

**Тема 6. Рекламный текст. Язык рекламы. Специфика восприятия рекламных текстов.
Семинар 6.**

Вопросы для устного опроса:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

- 7.

φiuitō eql'ājt'gizāhgl

1. Основным объектом рекламного воздействия являются:

2. Экономической основой рекламной деятельности является:

3. К рекламной деятельности относятся методы воздействия на потребителей:

4. Исторически первая форма массовой рекламы:

5. Рекламой является:

А)

В)

6. Реклама в отличие от продвижения товара:

Ключ: 1а, 2в, 3г, 4б, 5г, 6а

**Тема 7. Эффективность рекламы: проблема определения.
Семинар 7.**

Вопросы для устного опроса:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Домашнее задание 3 в группах по 2-3 человека:

По итогам работы представить коллективный проект опросного листа с указанием ФИО членов группы-разработчика.

Семинар 8-9.

**Презентации рекламных роликов социальной направленности
(работа в группах по 2-3 человека).**

Требования к ролику:

1. Подготовка ролика продолжительностью до 7 минут требует участия всех членов рабочей группы.
2. Цель рекламного ролика должна соответствовать общественной роли рекламы в современной России.
3. Ролик должен соответствовать правилу AIDCA.

Требования к презентации:

1. Количество слайдов – от 5 до 7 штук (Наименование / слоган ролика, состав рабочей группы, цель рекламного обращения, целевая аудитория, затраты, аргументация «эффективности» рекламного обращения)

Шкала оценивания

Тестирование

0-100 %.

$$B \frac{B}{O} 100\% ,$$

Устный опрос

0-100 %.

100% - 90%	
89% - 75%	
74% - 60%	
60%	

Проверка реферата

0-100 %.

100% - 90%	
89% - 75%	
74% - 60%	

60%	
-----	--

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

-2		-2.3.2.	

-2.3.2.		

4.3.2.

Типовые оценочные средства

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

INDOOR:

Шкала оценивания

100% - 90%	
89% - 75%	
74% - 60%	

4.4.Методические материалы

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по написанию рефератов

12 1,5 1,5 15 TimesNewRoman,

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

	%
	40
	40

	20
	100

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

-

-
-
-
-
-
-
-

-

Рекомендации по изучению методических материалов

-

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Рекомендации по работе с литературой

რისთვისაა ეს წიგნი და რა მიზანს ემსახურება

պետէճարկոյ ի հարկոս հտէճար

*պոյ Հրտէճ Գ յԵճար
ՅՅԵԵԵ ի հիշոյ հոյԵ Եճար*

սիտար.

պոյ ՀԵԵԵ

Եճար

ՓՅԵԵԵ հԵ յԵ

սիտար պոյ,

Եճար Եճար

Եճար,

ՅՅԵԵԵ հոյԵ Եճար Եճար

Եճար Եճար.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Основная литература

1. :
384 ISBN 978-5-534-14728-5. URL:
2-
449 ISBN 978-5-534-16649-1.
- 2.

7.2. Дополнительная литература

1. /
2-
155 ISBN 978-5-534-12757-7.

7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. :
259 ISBN 978-5-534-12786-7.

7.4. Нормативные правовые документы

1. 1993.
2. 13.03.2006 38- 27.12.2009)
- 3.

7.5. Интернет-ресурсы

1. <http://www.biblioclub.ru>
2. www.management.com.ua -
3. www.megabook.ru/business -

4. www.glossary.ru -
5. www.bpm-online.ru -

7.6. Иные источники

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

-

-

-

Microsoft Office 2010,

-

-

(MS WORD, MSECXEL

-

-

-

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
Стратегическое и операционное управление персоналом организации**

(наименование образовательной программы)

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.ЛВ.05.01 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Очная

форма(ы) обучения

2023

2022

Вопросы к экзамену:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. -
- 7.
- 8.** PR-
- 9.
- 10.
11. -
- 12.
- 13.
- 14.
- 15.
- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
20. BTL ATL
21. SMS-
22. - PR.
23. Eventmanagement:
- 24.24.
- 25.25.

26. PR
- 27.27.
- 28.28.

Итоговое тестирование:
(на проверку знаний)

1.

2.

7

5

6

3.

4.

-
-
-

5.

6.

7.

8.

9

-

10.

11.

12.

13.

-
-
-

14.

-

15.

16.

10
6
8

17.

18.

-

19.

-

20.

(на проверку умений и навыков)

21.

22.

23.

24.

25. -

26. - -

27.

28.

29.29.

30.30.

31.31.

32.32.

33.33.

34.34.

-

35.35.

36.36.

37.37.

38.38.

39.39.

40.40.

Ключ:	11 – а	22 – а	33 – а
1 – в	12 – в	23 – б	34 – б
2 – б	13 – а	24 – а	35 – а
3 – в	14 – в	25 – б	36 – г
4 – б	15 – а	26 – б	37 – б
5 – а	16 – б	27 – а	38 – в
6 – г	17 – б	28 – б	39 – а
7 – а	18 – а	29 – а	40 – а
8 – в	19 – б	30 – б	
9 – а	20 – в	31 – а	
10 – б	21 – г	32 – г	

Открытые вопросы

1.

-

2.

3.

4.

5.

6.

7.

-

Тематика эссе:

7.

8.

9.

(SMA).

10.

14.

15.

16.

18.

19.

21.

22.

23.

PR.

28.

29.

35.

36.

37.

PR.