

**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 30.08.2021 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 - 2022

Волгоград, 2021 .

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 utt'āzglā utg'j'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'āt'g'izāh'gl

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:

A)

B)

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 რატომ უნდა ვიკითხოთ

պետէճարկոյ ի հարկոս հտէճար

*պոյ Հրտէճ Գ յԵճար
ՅՅԵԵԵ ի հիշոյ հոյԳ ճճար*

սիտար.

պոյ ՀԵԵԵ

գճար

ժճար հճար

սիտար պոյ,

ԵԵԵԵ ԵԵԵԵԵԵ

ԵԵԵԵ,

ՅԵԵԵԵԵ հոյԳ ճճար ԵԵԵԵ

ԵԵԵԵ ԵԵԵԵ.

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.