



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

2 23.09.2022 .

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
Стратегическое и операционное управление персоналом организации

()

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

Б1.В.ЛВ.05.01 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
()

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

(())

Очная

()

2023
2022 .

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. 7 ..	4
1.2. 7	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
3.1. 7	6
3.2. 7 . 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

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	,
2		12	2	4	6	, ,
3		12	2	4	6	,
4		12	2	4	6	,
5		12	2	4	6	, ,
6		8	2	2		, ,
7		4		2	2	, ,
Всего:		72	12	24	32	4

()

: // . a a . / /

: 5 – (), (), () . (), ()

Содержание дисциплины (модуля)

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

(advertising),

(salepromotion)

(direct-marketing).

/ , : / / ; ; / . : , , , .

Тема 2. Основные виды и носители рекламы.

. : , , , . P d c ac , . : - . : - , . , .

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

. , , . , , . : , - , .

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности

,

Тема 5. Организация и проведение рекламных кампаний

Рекламная кампания — это комплекс мероприятий, направленных на достижение определенных целей в рекламе. Организация рекламной кампании включает в себя следующие этапы:

1. Анализ ситуации и постановка целей.
2. Выбор рекламных каналов.
3. Разработка рекламного сообщения.
4. Планирование бюджета.
5. Реализация кампании.
6. Оценка эффективности.

Для оценки эффективности рекламной кампании используются следующие показатели:

- **Reach** (охват) — количество людей, увидевших рекламу.
- **Impressions** (показы) — количество раз, когда реклама была показана.
- **Clicks** (клики) — количество кликов по рекламе.
- **Conversions** (конверсии) — количество действий, совершаемых пользователями в результате просмотра рекламы.

Формулы для расчета некоторых показателей:

$$\text{Reach} = \frac{\text{GrossRatingPoints}}{\text{TargetRatingPoints}}$$
$$\text{Reach} = \frac{\text{PUT, HUT, PUR}}{\text{a}} \cdot (\text{share})$$

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

Рекламный текст — это сообщение, которое должно привлечь внимание и вызвать интерес к рекламируемому продукту. Язык рекламы должен быть простым, понятным и эмоциональным. Специфика восприятия рекламных текстов заключается в том, что они должны быть краткими и лаконичными, так как у потребителей мало времени на чтение. Рекламные тексты должны быть ориентированы на конкретную аудиторию и содержать четкие призывы к действию.

Тема 7. Эффективность рекламы: проблема определения.

Эффективность рекламы — это способность рекламы достигать поставленных целей. Проблема определения эффективности рекламы заключается в том, что трудно точно измерить влияние рекламы на поведение потребителей. Для определения эффективности рекламы используются различные методы, включая анализ продаж, опросы потребителей и эксперименты.

1. . . .05.01

№ 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. 1. . .05.01 6

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

4.1.2. .4.3. 60

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. . (1).
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):

:			

7			
7			

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:

- :
- б, ' ,
- 12 ().
- ?
- ?
- "
- "
- 0

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

Семинар 6.

Вопросы для устного опроса:

1. , .
2. .
3. .
4. .
5. .
6. : , ,
7. .

<

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. 6 6.
- 2.
- 3.
- 4.

Домашнее задание 3 в группах по 2-3 человека:

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 %.

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% ()	
60% ()	

4.4.Методические материалы

12

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по написанию рефератов

12

12 : 1,5 : 1,5 : 15 : TimesNewRoman, 60

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

.

,

:

,

,

,

,

(6),

,

.

,

-

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

.6.4

6,

6.

Рекомендации по работе с литературой

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

7.1. Основная литература

1. / . . . : : :
 , 2023. 384 . (.). ISBN 978-5-534-14728-5. :
 // []. URL:
 :// a . /bc d /510926 (: 22.06.2023).
2. , . . . : : : / 2-
 „ . . . : : , 2023. 449 . (:
). ISBN 978-5-534-16649-1. : //
 []. URL: :// a . /bc d /531437 (: 22.06.2023).

7.2. Дополнительная литература

1. , . . . : : : /
 . . . 2- „ . . . : : , 2023.
 155 . (.). ISBN 978-5-534-12757-7. : //
 []. URL: :// a . /bc d /518935 (:
 : 22.06.2023).

7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. , . . . / . . . : : : , 2023. 259 . :
 (.). ISBN 978-5-534-12786-7. : //
 []. URL: :// a . /bc d /519037 (:
 : 22.06.2023).

7.4. Нормативные правовые документы

1. . . . : . . . , 1993.
2. 13.03.2006 38- (. . . 27.12.2009) 6.
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

1. 6
2. 6

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

- :
 - ;
 - ;
 : М с W d 7 P , Microsoft Office 2010, Ка 8.2,
 - :
 -); (MS P P
 - (MS WORD, MSECXEL ,).
 : (,)
 :
 - ONLINE6,
 6, - 6,
 - IPRb 6,
 LIBRARY6 .

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

2 23.09.2022 .

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
Стратегическое и операционное управление персоналом организации

()

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.ДВ.05.01 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

()

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

()

Очная

()

2023
2022 .

Вопросы к экзамену:

1. :
2. :
3. INDOOR:
- 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.
25. :
26. PR
27. :
- 28.

Итоговое тестирование:

1. () , :
)
)
)
)
2. , :
) 7
) 5
) 6
) 10
3. , ,
)
)

13.

:

:

) -
) -
) -
)

14.

,

- :

)
)
)
)

15.

,

?

)
)
)
)

16.

:

) 10
) 6
) 8
) 12

17.

:

:

,

,

)
)
)
)

18.

-

:

)
)
)
)

19.

-

:

)
)
)
)

20.

,

:

)
)
)
)

()

21.

)
)
)
)

,

22. , 7 , ,
)
)
)
)
 23. 7 .?
)
)
)
)
 24. , 7 ,
)
)
)
)
 25. - 6 : ,
)
)
)
 26. - - ,
)
)
)
)
 27. , , , , ,
)
)
)
)
 28. , 6
)
)
)
)
 29. , :
)
)
)
)

30. , , :
)
)
)
)
 31. , , :
)
)
)
)
 32. , : ,
)
)
)
)
 33. :
)
)
)
)
 34. , : ,
)
) -
)
)
 35.)
)
)
)
 36.) :
)
)
)
 37. :
)
)
)
)
 38. , , :
)
) :
) , :
)

)
)
)
)
39.

)
)
)
)
40.

)
)
)
)

Ключ:

1 – в
2 – б
3 – в
4 – б
5 – а
6 – г
7 – а
8 – в
9 – а
10 – б

11 – а
12 – в
13 – а
14 – в
15 – а
16 – б
17 – б
18 – а
19 – б
20 – в
21 – г

22 – а
23 – б
24 – а
25 – б
26 – б
27 – а
28 – б
29 – а
30 – б
31 – а
32 – г

33 – а
34 – б
35 – а
36 – г
37 – б
38 – в
39 – а
40 – а

Открытые вопросы

1.

(/)

2.

3.
4.
5.
6.
7.

Тематика эссе:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.

(SMA).

10.
11.
12.
13.
14.
15.

16.
17.
18.
19.
20.

PR.

21.
22.
23.
24.

PR.

PR.

PR.

25.
26.
27.
28.
29.
30.
31.
32.
33.
34.
35.
36.

37.
38.
39.
40.
41.
42.
43.
44.
45.

PR.