

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Новомосковский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева»



УТВЕРЖДАЮ
Директор Новомосковского института
РХТУ им. Д.И. Менделеева
Первухин В.Л.

«30» 06 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Реклама в сервисе

Направление подготовки 43.03.01 «Сервис»

Направленность (профиль) подготовки «Сервис в сфере финансовой и коммерческой деятельности»

Квалификация выпускника Бакалавр

(бакалавр, магистр, докторантский состав)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная и др.)

г. Новомосковск – 2022г.

Разработчики:

Зав. кафедрой «Менеджмент»
Новомосковского института РХТУ им. Д.И. Менделеева,
к.т.н., доцент



(Волков В.Ю.)

Старший преподаватель кафедры «Менеджмент»
Новомосковского института РХТУ им. Д.И. Менделеева



(Волкова В.В.)

Эксперт:

Зав. кафедрой «Экономика, финансы и бухгалтерский учет»
Новомосковского института РХТУ им. Д.И. Менделеева:
к.т.н., доцент



(Свяпина Е.Д.)

«09» сентября 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент»

Протокол № 10 от 28.06 2022 г.

Зав. кафедрой: к.т.н., доцент



(Волков В.Ю.)

Рабочая программа согласована с деканом факультета «Экономика и управление»

Декан факультета: к.э.н., доцент



(Кулакова Ю.В.)

«09» июня 2022 г.

Рабочая программа согласована с руководителем учебно-методического управления
Новомосковского института РХТУ им. Д.И. Менделеева

Руководитель, д.х.н., профессор



(Кизим Н.Ф.)

«09» июня 2022 г.

Аннотация рабочей программы приведена в приложении 1.

Содержание

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
2. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП.....	4
4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	5
6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
6.1 Разделы дисциплины и виды занятий	6
6.2 Содержание разделов дисциплины	7
7. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ...	8
8. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ	9
8.1. Практические занятия	9
8.2. Лабораторные занятия.....	9
8.3. Курсовые работы.....	9
9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА.....	9
10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	10
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	10
11.1. Образовательные технологии	10
11.2. Лекции.....	10
11.3. Занятия семинарского типа	10
11.4. Самостоятельная работа студента	10
11.5. Методические рекомендации для преподавателей	10
11.6. Методические указания для студентов	11
11.7. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	14
12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
12.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
12.2. Информационные и информационно-образовательные ресурсы	15
13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
14. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	16
Приложение 1 АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины	18

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Нормативные документы, используемые при разработке основной образовательной программы

Нормативную правовую базу разработки рабочей программы дисциплины составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 514;
- Профессиональный стандарт «Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31.10.2014 г. № 864н;
- Профессиональный стандарт «Специалист по финансовому консультированию», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.03.2015 г. № 167н;
- Приказ Минобрнауки России от 06.04.2021 N 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
- Локальные нормативные акты Новомосковского института (филиала) РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Рабочая программа дисциплины (далее – Программа, РПД) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 514, рекомендациями Учебно-методической комиссии НИ РХТУ им. Д.И. Менделеева и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой «Экономика, финансы и бухгалтерский учет» НИ РХТУ им. Д.И. Менделеева (далее – Институт).

Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в Институте системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий полностью или частично.

2. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является обучение разработке рекламных материалов с помощью современных средств компьютерной техники для своей профессиональной сферы деятельности.

Задачи преподавания дисциплины:

- изучение основных принципов зрительного восприятия, цветовых решений, построения композиций при создании рекламы;
- ознакомление со средствами информационных технологий, применяющихся в дизайнерской деятельности;
- рассмотрение вопросов, связанных разработкой рекламных материалов для сервисного предприятия;
- получение навыков использования программных продуктов при создании рекламных материалов.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Реклама в сервисе» относится к обязательной части образовательной программы блока 1 Дисциплины (модули). Изучается: очная форма обучения - на 4 курсе в 8 семестре, заочная форма обучения – на 4 курсе в 7 семестре.

Изучение модуля базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в общеобразовательной или профессиональной образовательной организации. Предполагается, что обучающиеся знакомы с основными понятиями информатики, которые изучаются в рамках дисциплин «Математика», «Информатика и ИКТ», «Иностранный язык» (английский язык), иных дисциплин. Обучающиеся также должны владеть основными навыками работы с ПК.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код компетенции	Содержание компетенции (результаты освоения ОПОП)	Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4	ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.2. Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий	Знать: изучить виды рекламы и средства ее распространения; - познакомить со спецификой управления рекламной деятельностью и разработкой рекламной стратегии; Уметь: - использовать программные средства для создания рекламных материалов; Владеть: - навыками работы с представителями различных групп потребителей
		ОПК-4.3 Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг	Знать: - познакомить с содержанием и особенностями рекламной деятельности в современном мире; - изучить основные этапы развития рекламы; Уметь: - ориентироваться в современных компьютерных средствах для дизайна; Владеть: -навыками разработки и создания рекламных материалов на бумажных носителях и для размещения в сети Интернет

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 час или 3 зачетные единицы (з.е). (1 з.е. равна 27 астрономическим часам или 36 академическим часам в соответствии с требованиями локального нормативного акта Института). Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре

Вид учебной работы	Объем			в том числе в форме практической подготовки		
	з.е.	акад. ч.	астр. ч.	з.е.	акад. ч.	астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81	0	0	0
Контактная работа - аудиторные занятия:	1,57	56,35	42,3	0	0	0
Лекции	0,78	28	21	0,39	14	10,5
Практические занятия	0,8	28	21	0,39	14	10,5
Лабораторные работы	0,0		0			
Контактная самостоятельная работа	0,01	0,35	0,3			
Контактная работа - промежуточная аттестация	0,00		0			
Самостоятельная работа:	1,4	51,65	38,7			
Самостоятельное изучение дисциплины	1,4	51,65	38,7			
Форма (ы) контроля:	Зачет					

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	ак. часов							
		Всего	в т.ч. в форме практ. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме практ. подг. (при наличии)	Прак. зан.	в т.ч. в форме практ. подг. (при наличии)	Сам. работа	в т.ч. в форме практ. подг. (при наличии)
	Раздел 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	14	4	4	2	4	2	6	
1.1	Общие сведения о рекламе	4	0	2	1			2	
1.2	История рекламы	7	3	1	1	4	2	2	
1.3	Развитие рекламы в России	3	0	1	1			2	
	Раздел 2. Особенности рекламы в современных рыночных условиях	23	5	6	3	4	2	13	
2.1	Методы продвижения продуктов и услуг	6	4	2	2	2	2	2	
2.2	Интернет-реклама	8	4	2	2	2	2	4	
2.3	Теория коммуникаций	5	0	1				4	
2.4	Основные свойства зрительного восприятия	4	0	1				3	
	Раздел 3. Классификация рекламы и теория коммуникаций	14	0	4		2		8	
3.1	Классификация видов рекламы	4	2	2	2			2	
3.2	Особенности ATL-рекламы и BTL-рекламы	7	0	1		2		4	
3.3	Композиция в рекламе	3	0	1				2	
	Раздел 4. Цвет и его роль в рекламе	12	0	2		2		8	
4.1	Основы природы цвета	7	2	1	1	2	1	4	
4.2	Психологические аспекты восприятия цвета	5	0	1				4	
	Раздел 5. Шрифт и его роль в рекламе	14	0	4		4		6	
5.1	Классификация шрифтов	6	2	2	1	2	1	2	
5.2	элементы шрифта	4	2	1	1	1	1	2	
5.3	Характеристики шрифта	4	0	1		1		2	
	Раздел 6. Организация и управление рекламной деятельностью. Рекламный менеджмент	16,5	0	4		6		6,5	
6.1	Сущность рекламного менеджмента	8	6	2	2	4	4	2	
6.2	Организационные формы рекламной деятельности	3,5	1	1	1			2,5	
6.3	Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности	5	3	1	1	2	2	2	
	Раздел 7 Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	14,15	10	4	4	6	6	4,15	
7.1	Рекламное законодательство	8,15	6	2	2	4	4	2,15	

7.2	Товар, торговая марка, товарный знак	6	4	2	2	2	2	2	
	Контактная самостоятельная работа	0,35	0						
	ИТОГО	108	28	28	14	28	14	51,65	0

6.2 Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
	Раздел 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	
1.1	Общие сведения о рекламе	Реклама: понятие и функции, цели, задачи и принципы.
1.2	История рекламы	Возникновение рекламы и становление рекламной деятельности (до изобретения печати). Новый этап западноевропейской рекламы до Развитие западно-европейской рекламы в XIX в. Развитие североамериканской рекламы в XIX-XX вв.
1.3	Развитие рекламы в России	Истоки русского рекламирования. Виды проторекламы на Руси. Устное рекламирование на Руси. Изобразительная российская реклама. Развитие печатной рекламы в России до Октябрьской революции. Советский период развития отечественной рекламы. Реклама новой России
	Раздел 2. Особенности рекламы в современных рыночных условиях	
2.1	Методы продвижения продуктов и услуг	Осуществление коммуникаций на рынке услуг. Реклама услуг. Связи с общественностью и их значение в сфере услуг. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций. Примеры реализации удачных рекламных кампаний в отраслях сферы услуг.
2.2	Интернет-реклама	Интернет-реклама: понятие, виды и перспективы развития Медийная (баннерная) реклама. Преимущества и недостатки интернет-рекламы. Система показателей эффективности интернет-продвижения
2.3	Теория коммуникаций	Коммуникация: определение понятия, основные классификации. Коммуникативная формула К.Шеннона
2.4	Основные свойства зрительного восприятия	Перспектива, ее роль в зрительном восприятии, виды перспективы. Тени, их роль в зрительном восприятии формы и пространства, виды теней.
	Раздел 3. Классификация рекламы и теория коммуникаций	
3.1	Классификация видов рекламы	Основные подходы к классификации рекламы. Виды рекламы. Политическая и социальная реклама
3.2	Особенности ATL-рекламы и BTL-рекламы	Особенности ATL-рекламы. Особенности BTL-рекламы. Реклама и Public relations
3.3	Композиция в рекламе	Понятие композиции. Виды композиции. Принципы построения композиции. Равновесие и его роль в композиции. Типы симметрии. Ритм в композиции. Роль материала в композиции. Типы композиции
	Раздел 4. Цвет и его роль в рекламе	
4.1	Основы природы цвета	Закономерности восприятия цвета человеком. Колориметрические круги Цветовой контраст и его виды. Использование цвета для передачи глубины пространства.
4.2	Психологические аспекты восприятия цвета	Роль аудитории и моды при выборе цвета. Компьютерные и полиграфические цветовые модели.
	Раздел 5. Шрифт и его роль в рекламе	
5.1	Классификация шрифтов	Классификация шрифтов по способам воспроизведения.
5.2	элементы шрифта	Основные элементы шрифта (кегель, заплечики, линия шрифта, основные и соединительные штрихи). Начертание шрифтов, разновидности шрифтов (моноширинные, пропорциональные).
5.3	Характеристики шрифта	Классификация наборных шрифтов и их характеристики. Рекламные тексты и требования к ним.
	Раздел 6. Организация и управление рекламной деятельностью. Рекламный менеджмент	
6.1	Сущность рекламного менеджмента	Менеджмент, рекламный менеджмент: проблема дефиниций
6.2	Организационные формы	Рынок рекламы и его участники. Организационные формы

	рекламной деятельности	рекламной деятельности
6.3	Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности	Рекламное агентство: определение понятия. Основные функции рекламного агентства. Классификация рекламных агентств на основе характеристики предоставляемых услуг. Классификация рекламных агентств на основе специализации. Структура рекламного агентства
Раздел 7 Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности		
7.1	Рекламное законодательство	Реклама и этика. Рекламное законодательство: Содержание Федерального закона РФ «О рекламе»
7.2	Товар, торговая марка, товарный знак	Товарный знак как константа фирменного стиля, его виды. Рекламные объявления, их элементы: Композиция рекламного объявления. Фирменный знак и требования к нему. Композиция фирменного знака и требования к ней. Логотипы: назначение. Визитки, открытки, календари, бланки, конверты: их разработка, требования к ним. Буклеты. Упаковка

7. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код компетенции	Содержание компетенции (результаты освоения ОПОП)	Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6
ОПК-4	ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.2. Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий	Знать: изучить виды рекламы и средства ее распространения; - познакомить со спецификой управления рекламной деятельностью и разработкой рекламной стратегии; Уметь: - использовать программные средства для создания рекламных материалов; Владеть: - навыками работы с представителями различных групп потребителей	+	+	+	+	+	+
		ОПК-4.3 Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг	Знать: - познакомить с содержанием и особенностями рекламной деятельности в современном мире; - изучить основные этапы развития рекламы;	+	+	+	+	+	+

			Уметь: - ориентироваться в современных компьютерных средствах для дизайна; Владеть: -навыками разработки и создания рекламных материалов на бумажных носителях и для размещения в сети Интернет						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

8. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

8.1. Практические занятия

Темы практических занятий по дисциплине

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость час. очная	Трудоемкость час. заочная
1	1,2	Создание мультимедийной презентации: История возникновения рекламы	2	0,5
2	1,2	Анализ маркетинговых коммуникаций фирмы	2	0,5
3	1,2	Особенности разработки рекламных сообщений. Иллюзорность при восприятии графики	4	0,5
4	1,2	Использование цвета в рекламе	4	0,5
5	3,4,5	Работа с текстом, как с векторным объектом	4	0,5
6	6,7	Фирменный стиль и его составные элементы	4	0,5
7	6,7	Разработка визитной карточки, бланка, конверта, средствами компьютерной техники	4	0,5
8	6,7	Разработка фирменной открытки и календаря средствами компьютерной техники	4	0,5
		ИТОГО	28	4

8.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены

8.3. Курсовые работы

Курсовые работы не предусмотрены.

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью освоения знаний и умений по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Web of Science, Scopus, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах, конференциях, проводимых в Институте по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению тестов и контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к защите курсовой работы и сдаче экзамена по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам надо осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы представлены в виде отдельного документа – Фонда оценочных средств, являющегося неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский. Для всех видов аудиторных занятий «час» устанавливается продолжительностью 45 минут. Зачетная единица составляет 27 астрономических часов или 36 академических час. Через каждые 45 мин контактной работы делается перерыв продолжительностью 5 мин, а после двух час. контактной работы делается перерыв продолжительностью 10 мин.

Сетевая форма реализации программы дисциплины не используется.

Обучающийся имеет право на зачет результатов обучения по дисциплине, если она освоена им при получении среднего профессионального образования и (или) высшего образования, а также дополнительного образования (при наличии) (далее - зачет результатов обучения). Зачтенные результаты обучения учитываются в качестве результатов промежуточной аттестации. Зачет результатов обучения осуществляется в порядке и формах, установленных локальным актом НИ РХТУ.

11.1. Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании дисциплины основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий), в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

11.2. Лекции

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов содержания дисциплины.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс обеспечивает более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется среднестатистическому студенту на самостоятельное изучение материала.

11.3. Занятия семинарского типа

Практические занятия

Практические занятия проводятся с использованием компьютерных технологий.

По теме каждого практического занятия студент оформляет письменный отчет.

11.4. Самостоятельная работа студента

Для успешного усвоения дисциплины необходимо не только посещать аудиторные занятия, но и вести активную самостоятельную работу. При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнить индивидуальные задания (раздел 5.8);
- использовать для самопроверки материала оценочные средства.

Индивидуальное задание оценивается по следующим критериям:

- правильность выполнения задания;
- своевременная сдача выполненного задания (указывается преподавателем).

11.5. Методические рекомендации для преподавателей

Основные принципы обучения

1. Цель обучения – развить мышление, выработать мировоззрение; познакомить с идеями и методами науки; научить применять принципы и законы для решения простых и нестандартных задач в области современных информационных технологиях, автоматизирующих деятельность менеджеров.

2. Обучение должно органически сочетаться с воспитанием. Нужно развивать в студентах волевые качества и трудолюбие. Ненавязчиво, к месту прививать элементы культуры поведения. В частности, преподаватель должен личным примером воспитывать в студентах пунктуальность и уважение к чужому времени. Недопустимо преподавание односеместровой учебной дисциплины превращать в годичное.

3. Обучение должно быть не пассивным (сообщим студентам некоторый объем информации, расскажем, как решаются те или иные задачи), а активным. Нужно строить обучение так, чтобы в овладении материалом основную роль играла память логическая, а не формальная. Запоминание должно достигаться через глубокое понимание.

4. Одно из важнейших условий успешного обучения – умение организовать работу студентов.

5. Отношение преподавателя к студентам должно носить характер доброжелательной требовательности. Для стимулирования работы студентов нужно использовать поощрение, одобрение, похвалу, но не порицание (порицание может применяться лишь как исключение). Преподаватель должен быть для студентов доступным.

6. Необходим регулярный контроль работы студентов. Правильно поставленный, он помогает им организовать систематические занятия, а преподавателю достичь высоких результатов в обучении.

7. Важнейшей задачей преподавателей, ведущих занятия по дисциплине, является выработка у студентов осознания необходимости и полезности знания дисциплины как теоретической и практической основы для изучения профильных дисциплин.

8. С целью более эффективного усвоения студентами материала данной дисциплины рекомендуется при проведении лекционных и практических занятий использовать современные технические средства обучения, а именно презентации лекций, наглядные пособия в виде схем приборов, деталей и конструкций приборов, компьютерное тестирование.

9. Для более глубокого изучения предмета и подготовки ряда вопросов (тем) для самостоятельного изучения по разделам дисциплины преподаватель предоставляет студентам необходимую информацию о использовании учебно-методического обеспечения: учебниках, учебных пособиях, сборниках примеров и задач и описание лабораторных работ, наличии Интернет-ресурсов.

При текущем контроле рекомендуется использовать компьютерное или бланковое тестирование, контрольные коллоквиумы или контрольные работы.

Контрольное (итоговое) тестирование включает в себя задания по всем темам раздела рабочей программы дисциплины.

10. Цель лекции – формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

Преподаватель, читающий лекционные курсы, должен знать существующие в педагогической практике варианты лекций, их дидактические и воспитывающие возможности, а также их место в структуре процесса обучения.

11. При проведении аттестации студентов важно всегда помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний студентов. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

11.6. Методические указания для студентов

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это деятельность учащихся, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения операций. Цель СРС в процессе обучения заключается, как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом учебном материале. Самостоятельная работа призвана обеспечивать возможность осуществления студентами самостоятельной познавательной деятельности в обучении, и является видом учебного труда, способствующего формированию у студентов самостоятельности.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- руководствоваться планом контрольных пунктов, определенным рабочей программой дисциплины;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
- использовать при подготовке нормативные документы ВУЗа (требования к подготовке реферата, эссе, контрольной работы, творческих заданий и пр.).

Кроме того, для расширения и углубления знаний по данной дисциплине целесообразно использовать: библиотеку диссертаций; научные публикации в тематических журналах; полнотекстовые базы данных библиотеки; имеющиеся в библиотеке ВУЗа и региона, публикаций на электронных и бумажных носителях.

Порядок выполнения самостоятельной работы студентами указан в п.4.2. настоящей программы.

Рекомендации по подготовке компьютерных презентаций

Мультимедийные презентации – это сочетание разнообразных средств представления информации, объединенных в единую структуру. Чередование или комбинирование текста, графики, видео и звукового ряда позволяют донести информацию в максимально наглядной и легко воспринимаемой форме, акцентировать внимание на значимых моментах излагаемой информации, создавать наглядные эффектные образы в виде схем, диаграмм, графических композиций и т.п. Презентации обеспечивают комплексное восприятие материала, позволяют изменять скорость подачи материала, облегчают показ фотографий, рисунков, графиков, карт, архивных или труднодоступных материалов. Кроме того, при использовании анимации и вставок видеофрагментов возможно продемонстрировать динамичные процессы. Преимущество мультимедийных презентаций – проигрывание аудиофайлов, что обеспечивает эффективность восприятия информации.

Вначале производится разработка структуры компьютерной презентации. Студент составляет варианты сценария представления результатов собственной деятельности и выбирает наиболее подходящий. Затем создается выбранный

вариант в компьютерном редакторе презентаций. После производится согласование презентации с преподавателем и репетиция доклада.

Для нужд компьютерной презентации необходимы компьютер, переносной экран и проектор.

Общие требования к презентации. Презентация должна содержать титульный и конечный слайды. Структура презентации включает план, основную и резюмирующую части. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим и последующим. Слайды должны содержать минимум текста (на каждом не более 10 строк). Наряду с сопровождающим текстом, необходимо использовать графический материал (рисунки, фотографии, схемы), что позволит разнообразить представляемый материал и обогатить доклад. Презентация может сопровождаться анимацией, что позволит повысить эффективность представления доклада, но акцент только на анимацию недопустим, т.к. злоупотребление ею может привести к потере контакта со слушателями. Время выступления должно быть соотносено с количеством слайдов из расчёта, что презентация из 10–15 слайдов требует для выступления около 7–10 минут

По подготовке к лекционным занятиям

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления теоретических знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет.

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это Вами. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно записывать на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т. п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом

По работе с литературой

В рабочей программе дисциплины представлен список основной и дополнительной литературы – это учебники, учебно-методические пособия или указания. Дополнительная литература – учебники, монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, Интернет-ресурсы.

Любая форма самостоятельной работы студента (подготовка к семинарскому занятию, докладу и т.п.) начинается с изучения соответствующей литературы как в библиотеке / электронно-библиотечной системе, так и дома. Изучение указанных источников расширяет границы понимания предмета дисциплины.

При работе с литературой выделяются следующие виды записей. Конспект – краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью. Цитата – точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника. Тезисы – концентрированное изложение основных положений прочитанного материала. Аннотация – очень краткое изложение содержания прочитанной работы. Резюме – наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Методические указания по решению тестовых заданий

Тест – это объективное стандартизированное измерение, поддающееся количественной оценке, статистической обработке и сравнительному анализу. Тест состоит из конечного множества тестовых заданий, которые предъявляются в течение установленного промежутка времени в последовательности, определяемой алгоритмом тестирующей программы.

В базе тестовых заданий используются следующие формы тестовых заданий: задания открытой формы, задания закрытой формы, задания на установление соответствия, задания на установление правильной последовательности.

К заданиям закрытой формы относятся задания следующих типов:

- один из многих (предлагается выбрать один вариант ответа из предложенных);
- многие из многих (предлагается выбрать несколько вариантов ответа из предложенных);
- область на рисунке (предлагается выбрать область на рисунке).

В тестовых заданиях данной формы необходимо выбрать ответ (ответы) из предложенных вариантов. Ответы должны быть однородными, т.е. принадлежать к одному классу, виду и роду. Количество вариантов ответов не менее 3-х, и не более 7.

Задания открытой формы служат для определения степени усвоения фактологических событий. Соответственно дидактическими единицами являются: понятия, определения, правила, принципы и т.д.

К заданиям открытой формы относятся:

- поле ввода (предлагается поле ввода, в которое следует ввести ответ);
- несколько пропущенных слов (предлагается заполнить пропуски);
- несколько полей ввода (предлагается ввести несколько значений).

Задание открытой формы имеет вид неполного утверждения, в котором отсутствует один (или несколько элементов), который (которые) необходимо вписать или ввести с клавиатуры компьютера. В данном тестовом задании требуется четкая формулировка, требующая однозначного ответа. Каждое поле ввода соответствует одному слову. Количество пропусков (полей ввода) не должно быть больше трех (для тестовых заданий типа «Несколько полей ввода» допускается до пяти). Образцовое решение (правильный ответ) должно содержать все возможные варианты ответов (синонимичный ряд, цифровая и словесная форма чисел и т.д.).

Задания на установление соответствия служат для определения степени знания о взаимосвязях и зависимостях между компонентами учебной дисциплины.

Задание имеет вид двух групп элементов (столбцов) и формулировки критерия выбора соответствия. Соответствие устанавливается по принципу 1:1. Т.е. одному элементу 1-ой группы (левого столбца) соответствует только один элемент 2-ой группы (правого столбца).

В тестовом задании на упорядочение предлагается установить правильную последовательность предложенных объектов (слова, словосочетания, предложения, формулы, рисунки и т.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Контрольная работа выполняется по вариантам. На бланке указывается факультет, курс, группа, ФИО студента. Вопросы строятся на основе тестовых и ситуативных заданий. В тестовых заданиях, выбирается правильный(ые) ответ(ы). При решении ситуативных заданий выбирается правильная последовательность действий в рассматриваемой ситуации.

Проверка контрольной работы позволяет выявить и исправить допущенные студентами ошибки, указать, какие вопросы дисциплины ими недостаточно усвоены и требуют доработки. Студент должен внимательно ознакомиться с письменными замечаниями преподавателя и приступить к их исправлению, для чего еще раз повторить соответствующий материал.

Методические рекомендации по подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Изучение дисциплин завершается промежуточной аттестацией – сдачей. Зачет является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекциях, семинарских, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы.

В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только скрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка студента к зачету включает в себя три этапа: 1) самостоятельная работа в течение семестра; 2) непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету с оценкой по темам курса; 3) подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в вопросах к зачету.

Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем и указана в рабочей программе дисциплины. Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников, учебных пособий. Студент вправе сам придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной аргументации.

Важным источником подготовки к зачету является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в печатные источники. В ходе подготовки к зачету студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем.

К зачету допускаются студенты, выполнившие все необходимые задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Зачет принимается лектором по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины. На подготовку к зачету отводится время в период зачетно-экзаменационной сессии. На подготовку к ответу по вопросам к зачету студенту дается 1 академический час (45 минут) с момента получения билета. По окончании ответа экзаменатор может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Положительным также будет стремление студента изложить различные точки зрения на рассматриваемую проблему, выразить свое отношение к ней, применить теоретические знания на практике. Результаты зачета объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи

Методические рекомендации по подготовке к зачету (экзамену)

Студенты сдают зачеты (экзамены) в конце теоретического обучения. К зачету (экзамену) допускается студент, выполнивший в полном объеме задания, предусмотренные в рабочей программе. В случае пропуска каких-либо видов учебных занятий по уважительным или неуважительным причинам студент самостоятельно выполняет и сдает на проверку в письменном виде общие или индивидуальные задания, определяемые преподавателем.

Зачет (экзамен) по теоретическому курсу проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем) на основе перечня вопросов, которые отражают содержание действующей рабочей программы учебной дисциплины.

Студентам рекомендуется:

- готовиться к зачету (экзамену) в группе (два-три человека);
- внимательно прочитать вопросы к зачету (экзамену);
- составить план ответа на каждый вопрос, выделив ключевые моменты материала;
- изучив несколько вопросов, обсудить их с однокурсниками.

Ответ должен быть аргументированным.

Результаты сдачи зачетов оцениваются отметкой «зачтено» или «незачтено». Результаты сдачи экзаменов оцениваются отметкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

11.7. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

Предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования).

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Индивидуальные задания выполняются методом вычислительного эксперимента.

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов при тестировании с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационную поддержку освоения дисциплины осуществляет библиотека Института, которая обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда на 01.03.2021 г составляет более 405 000 экз.

Библиотека располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. Библиотека обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Института и Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

12.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

Основная литература	Режим доступа	Обеспеченность
О-1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный //	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425190 (дата обращения: 05.05.2019)	Да
О-2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450406 (дата обращения: 05.05.2019).	Да

— Текст : электронный		
б) дополнительная литература		
Дополнительная литература	Режим доступа	Обеспеченность
Д-1 Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный	// ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454344 (дата обращения: 05.05.2019).	Да
Д-2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/432145 (дата обращения: 05.05.2019).	Да

12.2. Информационные и информационно-образовательные ресурсы

При освоении дисциплины студенты должны использовать информационные и информационно-образовательные ресурсы следующих порталов и сайтов:

1. Система федеральных образовательных порталов. Система открытого образования. Консалтинговый центр ИОС ОО РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.openet.ru> (дата обращения: 11.06.2022).

2. Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru/> (дата обращения: 11.06.2022).

3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 11.06.2022).

4. Информационно-правовой сервер «КонсультантПлюс» – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 11.06.2022).

5. Система поддержки учебных курсов НИ РХТУ. Кафедра Менеджмент. Направление подготовки «Менеджмент». Электронное правительство. URL: <http://moodle.nirhtu.ru/course/view.php?id=396> (дата обращения: 11.06.2022).

6. Библиотека Новомосковского института (филиала) Российского химико-технологического университета им. Д.И. Менделеева. URL: http://irbis.nirhtu.ru/ISAPI/irbis64r_opak72/cgiirbis_64.dll?C21COM=F&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS (дата обращения: 11.06.2022).

7. ИНТУИТ. Национальный открытый университет. URL: <https://www.intuit.ru/> (дата обращения: 11.06.2021).

8. ЭБС "Консультант студента" ООО "Политехресурс" - Договор № 33.03-Р-2.0-3197/2022, ИКЗ 21 1 7707072637 770701001 0012 001 5814 244 от 16.03.2021 г., срок действия с 16.03.2022 по 15.03.2023 г.

9. ИСС "Техэксперт" - Контракт № 84-118ЭА/2020. Оказание услуг по обновлению информационно-справочных систем "Техэксперт" для нужд ИБЦ РХТУ им. Д.И. Менделеева от 23.11.2021 г., срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г.

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду Института, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья
Лекционная аудитория	Учебная мебель, компьютеры, проектор, экран ауд. 350-а.	приспособлено*
Аудитория для проведения занятий семинарского типа	Учебная мебель, компьютеры, проектор, экран ауд. 350-а.	приспособлено*

Аудитория для групповых и индивидуальных консультаций обучающихся	Учебная мебель, компьютеры, проектор, экран ауд. 350-а.	приспособлено*
Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель, компьютеры, проектор, экран ауд. 350-а.	приспособлено*
Аудитория для самостоятельной работы студентов (ауд. 213-а)	Учебная мебель. Компьютеры с возможностью просмотра видеоматериалов и презентаций, доступом к сети «Интернет», электронным образовательным и информационным ресурсам, базе данных электронного каталога НИ РХТУ, системе управления учебными курсами Moodle, принтер	приспособлено*

* Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья есть возможность проводить лекционные занятия и занятия семинарского типа на 1-ых этажах учебных корпусов. Возле входных дверей в учебные корпуса установлен звонок в дежурную сотрудицу. Предусмотрены широкие дверные проемы. Имеются специализированные кабинеты для самостоятельной и индивидуальной работы, оснащенные ПК.

Программное обеспечение

1. Операционная система - MS Windows 7, бессрочная лицензия в рамках подписки Azure Dev Tools for Teaching (бывший Microsoft Imagine Premium (бывший DreamSpark - [The Novomoskovsk university \(the branch\) - EMDEPT - DreamSpark Premium](http://e5.onthehub.com/WebStore/Welcome.aspx?vsro=8&ws=9f5a10ad-c98b-e011-969d-0030487d8897) <http://e5.onthehub.com/WebStore/Welcome.aspx?vsro=8&ws=9f5a10ad-c98b-e011-969d-0030487d8897>. Номер учетной записи e5: 100039214))
2. MS Word, MS Excel, MS PowerPoint из пакета MS Office 365A1 распространяется под лицензией в рамках подписки Azure Dev Tools for Teaching (бывший Microsoft Imagine Premium (бывший DreamSpark - [The Novomoskovsk university \(the branch\) - EMDEPT - DreamSpark Premium](http://e5.onthehub.com/WebStore/Welcome.aspx?vsro=8&ws=9f5a10ad-c98b-e011-969d-0030487d8897) <http://e5.onthehub.com/WebStore/Welcome.aspx?vsro=8&ws=9f5a10ad-c98b-e011-969d-0030487d8897>. Номер учетной записи e5: 100039214))
3. Архиватор 7zip (распространяется под лицензией GNU LGPL license)
4. Adobe Acrobat Reader - ПО [Acrobat Reader DC](https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader/volume-distribution.html) и мобильное приложение Acrobat Reader являются бесплатными и доступны для корпоративного распространения (<https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader/volume-distribution.html>).
5. Браузер Mozilla FireFox (распространяется под лицензией Mozilla Public License 2.0 (MPL))

Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса;

Электронные образовательные ресурсы: учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде; кафедральная библиотека электронных изданий

14. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел дисциплины	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки*
Раздел 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	Знать:	
Общие сведения о рекламе	- познакомиться с содержанием и особенностями рекламной деятельности в современном мире;	
История рекламы	- изучить основные этапы развития рекламы;	УО
Развитие рекламы в России		ПР1
Раздел 2. Особенности рекламы в современных рыночных условиях	Владеть:	Г1, КР1
Методы продвижения продуктов и услуг	-навыками разработки и создания рекламных материалов на бумажных носителях и для размещения в сети Интернет	
Интернет-реклама		ПР2
Теория коммуникаций		ПР3
Основные свойства зрительного восприятия		УО
Раздел 3. Классификация рекламы и теория коммуникаций	Знать:	Г2
Классификация видов рекламы	изучить виды рекламы и средства ее распространения;	

Особенности ATL-рекламы и BTL-рекламы	- познакомить со спецификой управления рекламной деятельностью и разработкой рекламной стратегии;	
Композиция в рекламе		
Раздел 4. Цвет и его роль в рекламе	Знать: изучить виды рекламы и средства ее распространения; - познакомить со спецификой управления рекламной деятельностью и разработкой рекламной стратегии;	Г3
Основы природы цвета		
Психологические аспекты восприятия цвета		
Раздел 5. Шрифт и его роль в рекламе	Уметь: - ориентироваться в современных компьютерных средствах для дизайна;	ПР3, Т4
Классификация шрифтов		
Элементы шрифта		
Характеристики шрифта		
Раздел 6. Организация и управление рекламной деятельностью. Рекламный менеджмент	Уметь: использовать программные средства для создания рекламных материалов;	ПР4, Т5
Сущность рекламного менеджмента		
Организационные формы рекламной деятельности		
Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности		
Раздел 7 Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	Владеть: - навыками работы с представителями различных групп потребителей	Г6
Рекламное законодательство		
Товар, торговая марка, товарный знак		

*уо – оценка при устном опросе

ДЗ – оценка за выполнение домашней работы

ПР – выполнение и защита практической работы

КР – оценка за контрольную работу

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Реклама в сервисе

1. Общая трудоемкость (з.е./ час): **3 / 108**. Форма промежуточного контроля: зачет.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама в сервисе» относится к обязательной части образовательной программы блока 1 Дисциплины (модули). Изучается: очная форма обучения - на 4 курсе в 8 семестре, заочная форма обучения – на 4 курсе в 7 семестре.

Изучение модуля базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в общеобразовательной или профессиональной образовательной организации. Предполагается, что обучающиеся знакомы с основными понятиями информатики, которые изучаются в рамках дисциплин «Математика», «Информатика и ИКТ», «Иностранный язык» (английский язык), иных дисциплин. Обучающиеся также должны владеть основными навыками работы с ПК.

3. Цель и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины является обучение разработке рекламных материалов с помощью современных средств компьютерной техники для своей профессиональной сферы деятельности.

Задачи преподавания дисциплины:

- изучение основных принципов зрительного восприятия, цветовых решений, построения композиций при создании рекламы;
- ознакомление со средствами информационных технологий, применяющихся в дизайнерской деятельности;
- рассмотрение вопросов, связанных разработкой рекламных материалов для сервисного предприятия;
- получение навыков использования программных продуктов при создании рекламных материалов.

4. Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях

Общие сведения о рекламе Реклама: понятие и функции, цели, задачи и принципы.

История рекламы Возникновение рекламы и становление рекламной деятельности

(до изобретения печати). Новый этап западноевропейской рекламы до Развитие западно-европейской рекламы в XIX в. Развитие североамериканской рекламы в XIX-XX вв.

Развитие рекламы в России Истоки русского рекламирования. Виды проторекламы на Руси. Устное рекламирование на Руси. Изобразительная российская реклама. Развитие печатной рекламы в России до Октябрьской революции. Советский период развития отечественной рекламы. Реклама новой России

Раздел 2. Особенности рекламы в современных рыночных условиях

Методы продвижения продуктов и услуг Осуществление коммуникаций на рынке услуг. Реклама услуг.

Связи с общественностью и их значение в сфере услуг. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций. Примеры реализации удачных рекламных кампаний в отраслях сферы услуг.

Интернет-реклама Интернет-реклама: понятие, виды и перспективы развития

Медийная (баннерная) реклама. Преимущества и недостатки интернет-рекламы. Система показателей эффективности интернет-продвижения

Теория коммуникаций Коммуникация: определение понятия, основные классификации. Коммуникативная формула К.Шеннона

Основные свойства зрительного восприятия Перспектива, ее роль в зрительном восприятии, виды перспективы. Тени, их роль в зрительном восприятии формы и пространства, виды теней.

Раздел 3. Классификация рекламы и теория коммуникаций

Классификация видов рекламы Основные подходы к классификации рекламы. Виды рекламы.

Политическая и социальная реклама

Особенности ATL-рекламы и BTL-рекламы Особенности ATL-рекламы. Особенности BTL-рекламы.

Реклама и Public relations

Композиция в рекламе Понятие композиции. Виды композиции. Принципы построения композиции.

Равновесие и его роль в композиции. Типы симметрии. Ритм в композиции. Роль материала в композиции.

Типы композиции

Раздел 4. Цвет и его роль в рекламе

Основы природы цвета Закономерности восприятия цвета человеком. Колориметрические круги Цветовой контраст и его виды. Использование цвета для передачи глубины пространства.

Психологические аспекты восприятия цвета Роль аудитории и моды при выборе цвета. Компьютерные и полиграфические цветовые модели.

Раздел 5. Шрифт и его роль в рекламе

Классификация шрифтов Классификация шрифтов по способам воспроизведения.

элементы шрифта Основные элементы шрифта (кегель, заплечики, линия шрифта, основные и соединительные штрихи). Начертание шрифтов, разновидности шрифтов (моноширинные, пропорциональные).

Характеристики шрифта Классификация наборных шрифтов и их характеристики. Рекламные тексты и требования к ним.

Раздел 6. Организация и управление рекламной деятельностью. Рекламный менеджмент

Сущность рекламного менеджмента Менеджмент, рекламный менеджмент: проблема дефиниций

Организационные формы рекламной деятельности Рынок рекламы и его участники. Организационные формы рекламной деятельности

Рекламное агентство и его роль в организации рекламной

деятельности Рекламное агентство: определение понятия. Основные функции рекламного агентства

Классификация рекламных агентств на основе характеристики предоставляемых услуг. Классификация

рекламных агентств на основе специализации. Структура рекламного агентства

Раздел 7 Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности

Рекламное законодательство

Реклама и этика. Рекламное законодательство: Содержание Федерального закона РФ «О рекламе»

Товар, торговая марка, товарный знак Товарный знак как константа фирменного стиля, его виды.

Рекламные объявления, их элементы: Композиция рекламного объявления. Фирменный знак и требования к нему. Композиция фирменного знака и требования к ней. Логотипы: назначение. Визитки, открытки, календари, бланки, конверты: их разработка, требования к ним. Буклеты. Упаковка

5. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими компетенциями и индикаторами достижения компетенций:

Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (ОПК-4):

- организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий (ОПК-4.2);

- формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг (ОПК-4.3).

В результате сформированности компетенций студент должен:

Знать:

- основные способы создания, продвижения рекламных продуктов и услуг предприятия сервиса;
- сущность информационных технологии как методов создания рекламных продуктов и услуг в сфере сервиса;
- основы разработки технологии рекламной деятельности в сервисе;
- показатели, оказывающие влияние на выбор средств распространения рекламы.

Уметь:

- применять основные способы создания, продвижения рекламных продуктов и услуг предприятия сервиса;
- обосновывать выбор информационных технологий и их применение в соответствии с эффективной моделью рекламной деятельности в сервисе;
- применять основы разработки технологии рекламной деятельности в сервисе, выявлять и учитывать показатели, оказывающие влияние на выбор средств распространения рекламы.

Владеть:

- методами создания и продвижения рекламных продуктов и услуг;
- методами исследования проблемного поля рекламной деятельности и поиска новых эффективных форм рекламы;
- навыками самостоятельной работы с информацией (ее восприятия, обобщения, анализа).

6. Виды учебной работы и их объем

Очная форма обучения. Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре

Вид учебной работы	Объем			в том числе в форме практической подготовки		
	з.е.	акад. ч.	астр. ч.	з.е.	акад. ч.	астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81	0	0	0
Контактная работа - аудиторные занятия:	1,57	56,35	42,3	0	0	0
Лекции	0,78	28	21	0,39	14	10,5
Практические занятия	0,8	28	21	0,39	14	10,5
Лабораторные работы	0,0		0			
Контактная самостоятельная работа	0,01	0,35	0,3			
Контактная работа - промежуточная аттестация	0,00		0			
Самостоятельная работа:	1,4	51,65	38,7			
Самостоятельное изучение дисциплины	1,4	51,65	38,7			
Форма (ы) контроля:	Зачет					