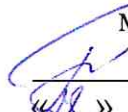


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебно-методической работе


Печурина Г.Г.
«18» 08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки:	Производственный менеджмент
Квалификация:	бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

факультет ТиД, ЗОиЭ
кафедра «Экономика и управление»

очная форма обучения

курс – 4, семестр – 7

Лекции	18 час./0,5 з.е.	(4 час. *)	Зачет 7 семестр
Практические занятия	18 час./0,5 з.е.	(4 час. *)	
Лабораторные занятия	– час./– з.е.		
Самостоятельная работа	108 час./3,0 з.е.		
Контроль	– час./– з.е.		
Всего	144 час./4 з.е.		
В т.ч.в интер. форме	(8 час.)		

заочная форма обучения

курс – 3, семестр – 5

Лекции	8 час./0,22 з.е.	(4 час. *)	Зачет 5 семестр
Практические занятия	8 час./0,22 з.е.	(4 час. *)	Контрольная работа
Лабораторные занятия	– час./– з.е.		
Самостоятельная работа	124 час./3,45 з.е.		
Контроль	4 час./0,11 з.е.		
Всего	144 час./– з.е.		
В т.ч.в интер. форме	(8час.)		

Новосибирск 2020

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
Рекламная деятельность
основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 38.03.02 Менеджмент
профиль «Производственный менеджмент»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Производственный менеджмент» дисциплина изучается в рамках вариативной части подготовки прикладного бакалавриата.

Разработчик рабочей программы дисциплины (РПД) – доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотносены с общими целями основной образовательной программы (ООП), в том числе: - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ООП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (ПК-3, ПК-5, ПК-17): - по ФГОС ВО по направлению(ям), - по ООП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённое на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических (семинарских) занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; - методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий; методические рекомендации по выполнению контрольной работы	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: <i>(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)</i>	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: <i>участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее</i>	Нет

РПД «Рекламная деятельность, управление производством» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.03.02 Менеджмент профиль «Производственный менеджмент» в представленном виде.

Рецензент:
доцент, канд.экон.наук, доц. кафедры ЭиУ

Н.И. Воронина

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки: 38.03.02 Менеджмент. – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7.

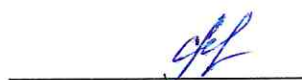
2. Базовый учебный план. Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент.

3. Образовательная программа. Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Производственный менеджмент».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.03.02 Менеджмент (квалификация «бакалавр»). Профиль подготовки «Производственный менеджмент», набор 2020 г. (очная и заочная формы обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:

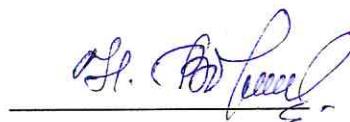
доц., канд.экон.наук



О.А. Сапрыкина

Рецензент:

доц., канд.экон.наук



Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 01 от «28» августа 2020 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ

доц., канд.экон.наук.



О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД

доц., канд.техн.наук



Е.В. Арчинова

Декан ФЗОиЭ

доц., канд.техн.наук



Е.Г. Панферова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Аннотация (паспорт дисциплины).....	4
2 Место дисциплины в структуре ООП бакалавра	6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины «Рекламная деятельность».....	7
4 Структура и содержание учебной дисциплины	8
5 Образовательные технологии.....	14
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Рекламная деятельность».....	15
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	19
8 Условия реализации программы дисциплины	21
9 Учебно-методическая карта дисциплины	23
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2020/2021 учебный год.....	24
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год	25
Приложение А.....	26

1 АННОТАЦИЯ (ПАСПОРТ ДИСЦИПЛИНЫ)

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.05.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Рекламная деятельность»
<p>Определение процесса: процесс преподавания дисциплины «Рекламная деятельность» для обучающихся очной и заочной формы обучения направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Производственный менеджмент», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</p>		<p>Цель процесса: выполнение требований ФГОС ВО и формирование у обучающихся теоретико-методической базы знаний в области современной рекламы, а также развитие практических умений и навыков применения этих знаний в профессиональной деятельности</p>
<p>Владелец процесса: Кафедра Экономики и управления</p>		<p>Ответственный руководитель процесса: доц., канд. экон. наук О.А. Сапрыкина</p>
<p>Входы процесса: Студенты и знания, полученные студентами при изучении дисциплин: – Экономика отрасли; – Экономика предприятия; – Маркетинг.</p>		<p>Выходы процесса: соответствующие требования ФГОС ВО, компетенции, получаемые после изучения дисциплины «Рекламная деятельность»: <u>Знать:</u> – основные возможности и инструменты рекламной деятельности менеджера для целей воздействия на поведение потребителя; <u>Уметь:</u> – использовать современные инструменты рекламы для формирования спроса; – анализировать поведение потребителей и конкурентную среду отрасли. <u>Владеть:</u> – навыками анализа поведения потребителей; навыками анализа рекламной среды отрасли; – современными инструментами рекламы для формирования спроса</p>
<p>Требования к входам процесса: Соответствие требованиям ФГОС ВО, перечень компетенций, необходимых для изучения данной дисциплины. Выпускник должен обладать: – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3); – способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2); – владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6); – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управлен-</p>		<p>Требования к выходам процесса: В результате изучения дисциплины студент должен в рамках общих компетенций: – владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3); – способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5); – способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и</p>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.05.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Рекламная деятельность»
<p>ческих решений (ПК-5);</p> <ul style="list-style-type: none"> – умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12); – умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15); – способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17) 	<p>формировать новые бизнес-модели (ПК-17).</p>	
<p>Поставщики процесса: Кафедра, участвующая в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Экономики и управления</p>	<p>Потребители процесса: Студенты 4 курса очной формы обучения. Студенты 3 курса заочной формы обучения и их будущие работодатели</p>	
<p>Управляющие воздействия: - ФГОС ВО, - рабочий учебный план, - рабочая программа по дисциплине, - порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (зачет).</p>	<p>Основные ресурсы: Очная форма обучения 4 курс, 7 семестр: ЛК – 18 час.; ПЗ – 18 час.; СРС – 108 час. Заочная форма обучения 3 курс, 5 семестр: ЛК – 8 час.; ПЗ – 8 час.; СРС – 124 час.; контроль – 4 час. Выделенный аудиторный фонд, компьютерный класс (214, 512 ауд.), интернет-ресурсы</p>	
<p>Контролируемые параметры процесса: - зачет (7 семестр ДО, 5 семестр ЗО); - участие в аудиторной работе; - выполнение практических работ; - выполнение заданий на самостоятельную работу; - выполнение и защита контрольно работы (ЗО); - выполнение и защита индивидуального задания (ДО); - тестирование.</p>	<p>Методы измерения параметров процесса: рейтинг, защита практических работ, устный опрос, зачёт, выполнение и защита контрольно работы (ЗО), выполнение и защита индивидуального задания (ДО), тестирование</p>	
<p>Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок, рейтинг, обеспечивающий допуск к зачету</p>	<p>Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины</p>	

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП БАКАЛАВРА

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип (особенность)	Содержание
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1. Теоретические и практические основы рекламной деятельности 2. Организация рекламной деятельности 3. Менеджмент и маркетинг в рекламной деятельности
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях; правовое регулирование рекламной деятельности; рекламный процесс и теория коммуникаций; реклама в системе маркетинговых коммуникаций; понятие товара в маркетинге; концепция уникального торгового предложения; фирменный стиль в рекламе; планирование и проведение рекламной кампании; рекламный менеджмент; рекламный маркетинг; особенности процессов маркетинга рекламной деятельности
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: – Организация и планирование производства; – Стратегический менеджмент; – Государственная итоговая аттестация (Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты).
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит практические занятия на темы: 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Законодательство Российской Федерации о рекламе 2. Организация рекламных кампаний 3. Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама 4. Наружные и транзитные средства распространения рекламы 5. Интернет-реклама 6. Вспомогательные средства рекламы 7. Психологические аспекты рекламы 8. Оценка эффективности рекламных кампаний
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных «точек» контроля	Устный опрос Защита практических работ; Защита индивидуального задания (очная форма обучения); Защита контрольных работ (заочная форма обучения); Тестирование; Итоговый контроль (зачёт)
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, графический редактор Paint и другие – как средство оформления документации, Excel – как средство выполнения расчетов.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Рекламная деятельность» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

<i>После изучения дисциплины обучающийся будет:</i>		Ссылка на компетенции	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
№	Описание		
Знать			Текущий контроль: устный опрос; индивидуальное задание (ДО); контрольная работа (ЗО); защита практических работ; тестирование; зачёт.
1	основные возможности и инструменты рекламной деятельности менеджера для целей воздействия на поведение потребителя	ПК-3, ПК-5, ПК-17	
Уметь			
2	использовать современные инструменты рекламы для формирования спроса;	ПК-3, ПК-5, ПК-17	
3	анализировать поведение потребителей и конкурентную среду отрасли		
Владеть			
4	навыками анализа поведения потребителей; навыками анализа рекламной среды отрасли;	ПК-3, ПК-5, ПК-17	
5	современными инструментами рекламы для формирования спроса		

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(выписка из рабочего учебного плана)

очная форма обучения

Форма контроля, курс		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах				в ЗЕ					4 курс	
экз.	зач.	с преподавателями			итого	СРС	К	Всего			7 сем.	8 сем.
		аудиторные занятия										
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
–	7	18	18	–	36	108	–	144	4	ЛК	18	–
										ПЗ	18	–
										ЛБ	–	–

Таблица 4.1.2 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(выписка из рабочего учебного плана)

заочная форма обучения

Форма контроля, курс		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах				в ЗЕ					3 курс	
экз.	зач.	с преподавателями			итого	СРС	К	Всего			5 сем.	6 сем.
		аудиторные занятия										
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
–	5	8	8	–	16	124	4	144	4	ЛК	8	–
										ПЗ	8	–
										ЛБ	–	–

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся													Формы текущего контроля успеваемости		
		трудоемкость															
		в часах						в з.е									
		ЛК		ЛБ		ПЗ		СР		ДО		ДО		ДО			
1	2	ДО	ЗО	ДО	ЗО	ДО	ЗО	ДО	ЗО	ДО	ЗО	ДО	ЗО	ДО	ЗО	13	устный опрос; индивидуальное задание (ДО); контрольная работа (ЗО); защита практических работ; тестирование
1	Теоретические и практические основы рекламной деятельности	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1,25	1,33	1,25			
2	Организация рекламной деятельности	6	4	–	–	6	2	36	41	1,34	1,39						
3	Менеджмент и маркетинг в рекламной деятельности	6	4	–	–	6	4	36	42	1,33	1,25						
	Контроль	–													–	0,11	Итоговый контроль - зачет
	Итого	18	8	–	–	18	8	108	128	4	4	4	4	4	4	4	

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	№ занятия	Содержание	Объем, час		Ссылки на цели
				ДО	ЗО	
1	2	3	4	5	6	7
1	Теоретические и практические основы рекламной деятельности	ЛК-1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Правовое регулирование рекламной деятельности	2	0,5	1-5
		ЛК-2	Рекламный процесс и теория коммуникаций	2	0,5	1-5
		ЛК-3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	2	1	1-5
	Самостоятельное изучение	СИ-1	История рекламной деятельности в России и за рубежом	12	13	1-5
		СИ-2	Классификация рекламных средств и условия их применения	12	14	1-5
		СИ-3	Социально-психологические основы рекламы	12	14	1-5
Промежуточный контроль			устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуально-го задания (ДО), защита контрольной работы (ЗО)			
Итого по разделу 1			Σ6/36 Σ2/41			
2	Организация рекламной деятельности	ЛК-4	Понятие товара в маркетинге. Концепция уникального торгового предложения	2	2	1-5
		ЛК-5	Фирменный стиль в рекламе	2	1	1-5
		ЛК-6	Планирование и проведение рекламной кампании	2	1	1-5
	Самостоятельное изучение	СИ-4	Организация рекламы в магазине	12	14	1-5
		СИ-5	Реклама в месте продажи	12	14	1-5
		СИ-6	Рекламная кампания: планирование и проведение	12	14	1-5
Промежуточный контроль			устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуально-го задания (ДО), защита контрольной работы (ЗО)			
Итого по разделу 2			Σ6/36 Σ4/42			
3	Менеджмент и маркетинг в	ЛК-7	Рекламный менеджмент	2	0,5	1-5

№ раз-дела	Наименование раздела дисциплины	№ заня-тия	Содержание	Объем, час		Ссылки на цели
				ДО	ЗО	
1	2	3	4	5	6	7
	рекламной деятельности	ЛК-8	Рекламный маркетинг	2	0,5	1-5
		ЛК-9	Особенности процессов маркетинга рекламной деятельности	2	1	1-5
	Самостоятельное изучение	СИ-7	Рекламные агентства	12	13	1-5
		СИ-8	Оценка эффективности рекламы	12	14	1-5
		СИ-9	Коммуникации в рекламной деятельности	12	14	1-5
Промежуточный контроль			устный опрос, защита ПЗ, защита контрольной работы (ЗО), защита индивидуального задания (ДО), тестирование			
Итого по разделу 3				Σ6/36 Σ2/41		
Итого за семестр				Σ18/108		Σ8/124
Итого по дисциплине				Σ18/108		Σ8/124
Итоговый контроль – зачёт				–		4
В интерактивной форме обучения				4		4*

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на цели	№ пз	Наименование темы практического занятия	Объем, час		Учебная деятельность студента
			ДО	ЗО	
1	2	3	4	5	6
1-5	ПЗ-1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Законодательство Российской Федерации о рекламе	2	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-2	Организация рекламных кампаний	4	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с

Ссылки на цели	№ пз	Наименование темы практического занятия	Объем, час		Учебная деятельность студента
			ДО	ЗО	
1	2	3	4	5	6
					электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-3	Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама	2	0,5	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-4	Наружные и транзитные средства распространения рекламы	2	0,5	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-5	Интернет-реклама	2	0,5	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-6	Вспомогательные средства рекламы	2	0,5	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом;

Ссылки на цели	№ пз	Наименование темы практического занятия	Объем, час		Учебная деятельность студента
			ДО	ЗО	
1	2	3	4	5	6
					– подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-7	Психологические аспекты рекламы	2	-	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
1-5	ПЗ-8	Оценка эффективности рекламных кампаний	2	2	– дискуссия, обсуждение вопросов по теме ПЗ; – решение задач; – подготовка индивидуального задания (написание реферата, подготовка доклада с электронной презентацией); – выступление с докладом; – подготовка ответов на контрольные вопросы; – подготовка отчета по теме ПЗ для защиты
Итого за семестр			$\sum 18$	$\sum 8$	
Итого по дисциплине			$\sum 18$	$\sum 8$	
Итого интерактивные формы обучения			4*	4*	

4.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (курсовой проект) – не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
Дискуссия		+	
Кейс-задача		+	
Модульное обучение	+		+
Командная работа		+	
Опережающая СРС	+		+
Индивидуальное обучение	+	+	+
Проблемное обучение	+	+	
Обучение на основе опыта		+	
Проверка контрольных заданий и консультирование посредством электронной почты			х

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

- теоретический материал дисциплины изучается на лекциях (с использованием мультимедиа);
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием интернет-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при выполнении практических работ с использованием коллаборативных технологий, выполнение проблемно-ориентированных заданий, разбор конкретных ситуаций, тестирование.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

6.1 Компетентностные характеристики обучающегося

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (степенью) «бакалавр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями (представлены в таблице 6.1.1).

Таблица 6.1.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Рекламная деятельность»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
ПК-3	Профессиональные	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	ЛК ПЗ СРС	устный опрос; индивидуальное задание (ДО); контрольная работа (ЗО); защита практических работ; тестирование; зачёт
ПК-5		способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
ПК-17		способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		

Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.1.2.

Таблица 6.1.2- Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса (таблица 4.3)	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-3	Устный опрос
2	Подготовка к практическим занятиям	1-3	Защита отчёта по практике

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса (таблица 4.3)	Форма контроля
1	2	3	4
			ским занятиям
3	Выполнение и защита контрольной работы (ЗО)	1-3	Защита контрольной работы, устный опрос
4	Выполнение и защита индивидуального задания (ДО)	1-3	Защита индивидуального задания, устный опрос
5	Подготовка к тестированию	1-3	Тестирование
6	Подготовка к зачёту	1-3	Зачёт

На самостоятельную работу выделяется 108 часов (ДО), 124 часа (ЗО).

6.2 Формы контроля:

Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3 Защита индивидуального задания (ДО);

К-4 Защита контрольной работы (ЗО);

К-5 Тестирование;

К-6 БРС;

К-7 Зачет по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание (ДО): реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за выполнение и защиту контрольной работы (ЗО).

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается зачётом. К зачёту допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2, А.3).

6.3. Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Рекламная деятельность»».

Вопросы к зачету

1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях
2. Правовое регулирование рекламной деятельности
3. Рекламный процесс и теория коммуникаций
4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
5. История рекламной деятельности в России

6. История рекламной деятельности за рубежом
7. Особенности функционирования рынка рекламных продуктов
8. Особенности функционирования рынка рекламных услуг
9. Регулирование и особенности развития рекламной деятельности на уровне субъекта РФ
10. Регулирование и особенности развития рекламной деятельности на местном уровне
11. Понятие товара в маркетинге
12. Концепция уникального торгового предложения
13. Фирменный стиль в рекламе
14. Планирование рекламной кампании
15. Особенности проведения рекламной кампании
16. Выбор и использование средств рекламы
17. Медиапланирование
18. Язык рекламы
19. Рекламный менеджмент
20. Рекламный маркетинг
21. Особенности процессов маркетинга рекламной деятельности
22. Организация выставок и ярмарок
23. Роль рекламы в управлении потребительским поведением
24. Специальные приемы в рекламе
25. Манипулятивные приемы в рекламе
26. Лингвистические приемы в рекламе
27. Психологические аспекты рекламы
28. Аудиовизуальная реклама: понятие, особенности
29. Радиореклама: понятие, особенности
30. Телевизионная реклама: понятие, особенности
31. Наружные средства распространения рекламы
32. Транзитные средства распространения рекламы
33. Интернет-реклама
34. Рекламные продукты в местах продаж
35. Оценка эффективности рекламных кампаний

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Рекламная деятельность» представлена в таблице 7.1.

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Рекламная деятельность» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQL Server 2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы: Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». - URL: <https://www.marketologi.ru/>;

Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: <http://www.consultant.ru/> (некоммерческая версия);

Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: <https://www.garant.ru/> (некоммерческая версия);

Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/>.

Таблица 7.1 – Обеспеченность образовательного процесса по дисциплине «Рекламная деятельность» для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (очная и заочная форма обучения) учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Количество экземпляров одного обучающегося
Б1.В.ДВ.05.01	Рекламная деятельность	<p><i>Основная литература:</i> Б-1 Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 282 с. – URL: https://znanium.com/catalog/product/920551 Б-2 Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность: учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017. - 198 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031865 Б-3 Хапенков, В.Н. Рекламная деятельность в торговле: учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 368 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1010825</p> <p><i>Дополнительная литература:</i> Б-4 Музыкант, В.Л. Реклама: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – Москва: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 208 с. – URL: https://new.znanium.com/read?id=354352. Б-5 Шишова, Н.В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 299 с. URL: https://new.znanium.com/read?id=354635.</p>	100%	100%

Заведующая библиотекой



Н.И. Русских

личная подпись расшифровка подписи дата

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

– Лекции: аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

– Практические занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (табл.8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий.

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
Б1.В.ДВ.05.01	Рекламная деятельность	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия, лабораторные работы: 512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации Аудиторная мебель - компьютерные столы 18 шт., стулья 18 шт., компьютер в комплекте - 18 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий,	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
Б1.В.ДВ.05.01	Рекламная деятельность	<p>обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p> <p>Кондиционер – 1 шт.</p> <p>Ауд. 502 – Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Учебно-научная лабораторию психологии и менеджмента.):</p> <p>Аудиторная мебель - компьютерные столы 9 шт., стол преподавателя 1 шт., стулья 11 шт., компьютер в комплекте - 10 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (мультимедиа проектор), доска аудиторная для писания мелом.</p> <p>Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p>	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

7 семестр

№ нед.	Номер темы учебных за- нятий			Используемые учебно- методические материа- лы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1			Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ 3	БРС
2		ПЗ-1		Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ 3	БРС
3	ЛК-2			Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ 3	БРС
4		ПЗ-2		Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ 3	БРС
5	ЛК-3			Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ 3	БРС
6		ПЗ-2		Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ 3	БРС
7	ЛК-4			Б-1 – Б-5	СИ-4 – СИ 6	БРС
8		ПЗ-3		Б-1 – Б-5	СИ-4 – СИ 6	БРС
9	ЛК-5			Б-1 – Б-5	СИ-4 – СИ 6	БРС
10		ПЗ-4		Б-1 – Б-5	СИ-4 – СИ 6	БРС
11	ЛК-6			Б-1 – Б-5	СИ-4 – СИ 6	БРС
12		ПЗ-5		Б-1 – Б-5	СИ-4 – СИ 6	БРС
13	ЛК-7			Б-1 – Б-5	СИ-7 – СИ 9	БРС
14		ПЗ-6		Б-1 – Б-5	СИ-7 – СИ 9	БРС
15	ЛК-8			Б-1 – Б-5	СИ-7 – СИ 9	БРС
16		ПЗ-7		Б-1 – Б-5	СИ-7 – СИ 9	БРС
17	ЛК-9			Б-1 – Б-5	СИ-7 – СИ 9	БРС
18		ПЗ-8		Б-1 – Б-5	СИ-7 – СИ 9	Зачёт

**10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2020/2021
УЧЕБНЫЙ ГОД**

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в рабочую программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
1	2	3	4
Стратегический менеджмент	Э и У	<i>ф.ф. Сапрыкина</i>	<i>ф.ф. Сапрыкина</i>
Организация и планирование производства	Э и У	<i>ф.ф. Сапрыкина</i>	<i>ф.ф. Сапрыкина</i>
Государственная итоговая аттестация (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты)	Э и У	<i>ф.ф. Сапрыкина</i>	<i>ф.ф. Сапрыкина</i>

Декан ФТиД _____ *А.* _____ *Алексеева Е.В.* _____ *28.08.2020*
личная подпись расшифровка подписи дата

Декан ФЗОиЭ _____ *Л.С.* _____ *Ланферов Э.С.* _____ *28.08.2020*
личная подпись расшифровка подписи дата

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры _____
«__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФЗОиЭ _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Рекламная деятельность» студента гр. _____

(курс 4, семестр 7)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ кон-спект		защита ПЗ / защита ИЗ		СР/ тест			
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	ЛК-1	2	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Правовое регулирование рекламной деятельности	1,0		-		-		-		-			
3	ЛК-2	2	Рекламный процесс и теория коммуникаций	1,0		-		-		-		-			
5	ЛК-3	2	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	1,0		-		-		-		-			
7	ЛК-4	2	Понятие товара в маркетинге. Концепция уникального торгового предложения	1,0		-		-		-		-			
9	ЛК-5	2	Фирменный стиль в рекламе	1,0		-		1,5		-		3,0			
11	ЛК-6	2	Планирование и проведение рекламной кампании	1,0		-		-		-		-			
13	ЛК-7	2	Рекламный менеджмент	1,0		-		-		-		-			
15	ЛК-8	2	Рекламный маркетинг	1,0		-		-		-		-			
17	ЛК-9	2	Особенности процессов маркетинга рекламной деятельности	1,0		-		1,5		-		3,0			
2	ПЗ-1	2	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях. Законодательство Российской Федерации о рекламе	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-			
4	ПЗ-2	2	Организация рекламных кампаний	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-			
6	ПЗ-2	2	Организация рекламных кампаний	1,0		0,5		-		-		-			
8	ПЗ-3	2	Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама	1,0		0,5		1,5		2,0 / 2,0		-			

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ кон-спект		защита ПЗ / защита ИЗ		СР/ тест			
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт		
				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	2	3	4	1,0	1,0	0,5	0,5	1,5	1,5	2,0/	2,0/	11	12	-	-
10	ПЗ-4	2	Наружные и транзитные средства распространения рекламы	1,0	1,0	0,5	0,5	1,5	1,5	2,0/	2,0/	2,0/	2,0/	-	-
12	ПЗ-5	2	Интернет-реклама	1,0	1,0	0,5	0,5	1,5	1,5	2,0/	2,0/	2,0/	2,0/	-	-
14	ПЗ-6	2	Вспомогательные средства рекламы	1,0	1,0	0,5	0,5	1,5	1,5	2,0/	2,0/	2,0/	2,0/	-	-
16	ПЗ-7	2	Психологические аспекты рекламы	1,0	1,0	0,5	0,5	1,5	1,5	2,0/	2,0/	2,0/	2,0/	-	-
18	ПЗ-8	2	Оценка эффективности рекламных кампаний	1,0	1,0	0,5	0,5	1,5	1,5	2,0/	2,0/	2,0/	2,0/	4,5	4,5
Итого:				18,0	18,0	4,5	4,5	15,0	15,0	32,0	32,0	10,5	10,5		
						Дополнительный рейтинг:		10							
						Максимальный балл к зачёту:		18,0+4,5+15,0+32,0+10,5=80							
						Минимальный балл к зачёту:		60							

Примечание: Посещаемость лекций – 1,0 балл;

Посещаемость практических занятий – 1,0 балл;

Проверка наличия конспектов лекций – 1,5 балла;

Ритмичность работы ПЗ – 0,5 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,3 балла;

Оформление отчёта по ПЗ – 1,5 балла;

Защита отчёта о выполнении самостоятельной работы – 2,0 балла;

Контроль выполнения самостоятельной работы – 3,0 балла;

Защита индивидуального задания – 2,0 балла;

Дополнительные виды работ – 10 баллов;

Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.

Тестирование – 4,5 балла.

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Итого:

Балл:

Оценка:

Таблица А.3 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Рекламная деятельность», 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Производственный менеджмент».

заочная форма обучения

(3 курс, 5 семестр)

Вид контроля	Оценочный балл	5 семестр				PP	Всего
		ТР					
		1	2	3	4		
Стартовый рейтинг	2	*				*	2
Посещаемость лек	1	*	*	*	*	*	4
Конспекты лекций	3	*	*	*	*	*	12
Посещаемость ПЗ	1	*	*	*	*	*	4
Ритмичность ПЗ	1	*	*	*	*	*	4
Оформление отчета по ПЗ	3		*	*	*	*	9
Защита отчета по ПЗ	3		*	*	*	*	9
Контрольная работа	10				*	*	10
Самостоятельная работа	7				*	*	7
Тестирование	10				*	*	10
Дополнительные виды работ	9				*	*	9
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)						*	80
Зачёт	20						
Рейтинг по дисциплине (итоговый)						*	20
							100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ГР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Зав. кафедрой ЭиУ: _____ / О.А. Сапрыкина /