

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Курганский государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ:  
Ректор  
/ Дубив Н.В. /  
09 2020 г.

## Рабочая программа учебной дисциплины **РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

образовательной программы высшего образования –  
программы специалитета  
**38.05.02 –Таможенное дело**

специализация Организация внешнеэкономической деятельности  
предприятия

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Курган 2020

Рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность» составлена в соответствии с учебными планами по программе специалитета Таможенное дело (Организация внешнеэкономической деятельности предприятия), утвержденными:

- для очной формы обучения 28 августа 2020 года;
- для очно-заочной формы обучения 28 августа 2020 года;
- для заочной формы обучения 28 августа 2020 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» 29 августа 2020 года, протокол №1.

Рабочую программу составили  
Доцент кафедры  
«Менеджмент и маркетинг»,  
доцент, канд. экон. наук



З.Н. Варламова

Согласовано:

Заведующий кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»,  
доцент, канд. экон. наук



З.Н. Варламова

Заведующий кафедрой  
«Учет и внешнеэкономическая деятельность»,  
доцент, канд. экон. наук



Н.Н. Зотова

Специалист  
по учебно-методической работе  
учебно-методического отдела



Г.В. Казанкова

## 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 3 зачетных единицы трудоемкости (108 академических часов)

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>44</b>	<b>44</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	14	14
Практические занятия	30	30
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	46	46
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	8	8
Практические занятия	8	8
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>92</b>	<b>92</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	74	74
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		11
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	2	2
Практические занятия	6	6
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка контрольной работы	18	18
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	64	64
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Рекламная деятельность» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Маркетинг», «Основы коммерческой деятельности». Результаты обучения по дисциплине необходимы для прохождения преддипломной практики и подготовки выпускной квалификационной работы.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Целью освоения дисциплины «Рекламная деятельность» является формирование у обучающихся системы знаний о рекламе как о системной деятельности организации, о наборе современных эффективных инструментов рекламной деятельности, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции.

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи:

- овладение знаниями о понятиях, терминологии, содержании и особенностях рекламных каналов;
- изучение процесса маркетинговых коммуникаций, его структуры, объектов, субъектов, средств;
- изучение систем, методов, технологий и инструментария рекламной деятельности;
- изучение специфики средств распространения рекламы;
- изучение технологий организации и планирования рекламной деятельности;
- изучение процесса построения рекламного бюджета;
- изучение законодательных актов, регулирующих рекламную деятельность предприятия.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-2);
- способность использовать основы экономических и математических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-7);
- способность анализировать потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики (ОПК-5);
- умение применять систему управления рисками в профессиональной деятельности (ПК-16).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать:**

теоретические основы рекламной деятельности организации (для ОК-2, ОК-7, ОПК-5, ПК-16);

правовые основы рекламной деятельности организации (для ОК-2, ОК-7, ОПК-5, ПК-16);

– **уметь**

использовать теоретические и правовые знания при организации и планировании рекламной деятельности организации (для ОК-2, ОК-7, ОПК-5, ПК-16);

– **владеть**

практическими навыками в области организации и планирования рекламной деятельности организации (для ОК-2, ОК-7, ОПК-5, ПК-16).

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Учебно-тематический план

#### Очная, очно-заочная и заочная формы обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем					
			Очная форма		Очно-заочная форма		Заочная форма	
			Лекции	Практ.	Лекции	Практ.	Лекции	Практ.
Рубеж 1	1	Теоретические основы рекламной деятельности	1	4	1	–	0,5	1
	2	Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ	1	4	1	1	0,5	2
	3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	4	6	2	2	–	–
	<i>Рубежный контроль №1</i>		–	2	–	1	–	–
Рубеж 2	4	Средства рекламы	4	6	2	1	0,5	1
	5	Организация и планирование рекламной деятельности	4	6	2	2	0,5	2
	<i>Рубежный контроль №2</i>		–	2	–	1	–	–
<b>Всего</b>			<b>14</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

### 4.2. Содержание лекционных занятий

#### **Тема 1. Теоретические основы рекламной деятельности**

Роль рекламы в жизни общества: исторический аспект и современное состояние. Понятие и сущность рекламы. Основные принципы и требования рекламы. Классификация рекламы: по целям, по каналам распространения, по территории охвата, по целевой аудитории. Функции и виды рекламы.

Социально-психологические аспекты рекламы.

#### **Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ**

Международные принципы рекламной деятельности. Законодательство РФ о рекламе. Обязательные требования к рекламе, регламентируемые Федеральным Законом «О рекламе». Специфичные требования к рекламе

отдельных товаров. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

Этические проблемы в рекламе в России и за рубежом. Международный кодекс рекламной практики.

### ***Тема 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций***

Реклама в маркетинговом комплексе. Место рекламы в коммуникациях. Коммерческие коммуникации: реклама товаров и услуг, продвижение товара, прямой маркетинг, выставки-ярмарки. Корпоративные коммуникации: реклама предприятия вне зависимости от типа организации, публич рилейшнз, спонсорство, меценатство.

Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций.

### ***Тема 4. Средства рекламы***

Средства рекламы: понятие, назначение, классификация.

Печатные средства массовой информации: понятие, назначение, виды, особенности, преимущества и недостатки.

Электронные средства массовой информации: понятие, назначение, виды, особенности, преимущества и недостатки.

### ***Тема 5. Организация и планирование рекламной деятельности***

Участники рекламного процесса и их функции: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, целевая аудитория.

Рекламные стратегии. Понятие рекламной кампании. Составление медиаплана. Планирование рекламного бюджета: факторы, методы. Выбор средств распространения рекламы. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Тестирование рекламных кампаний: основные методы, факторы, влияющие на выбор тестирования.

## **4.3. Практические занятия**

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.		
			ОФО	ОЗФО	ЗФО
1	Теоретические основы рекламной деятельности	Изучение целевой аудитории рекламного воздействия	4	–	1
2	Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ	Анализ Федерального закона РФ «О рекламе», его структуры и содержания. Анализ выполнения требований закона на конкретных примерах	4	1	2
3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Создание рекламного сообщения. Определение целевой аудитории	6	2	–
<i>Рубежный контроль №1</i>			2	1	–

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.		
			ОФО	ОЗФО	ЗФО
3	Средства рекламы	Анализ рынка печатной продукции города Кургана. Анализ телевизионных рекламных роликов, аудиорекламы. Позиционирование продукта рекламы	6	1	1
4	Организация и планирование рекламной деятельности	Разработка рекламной кампании: выбор средств рекламы, составление медиаплана, расчет бюджета рекламы, оценка эффективности рекламных мероприятий	6	2	2
<i>Рубежный контроль №2</i>			2	1	–
<b>Всего</b>			<b>30</b>	<b>8</b>	<b>6</b>

#### **4.4. Контрольная работа** (для обучающихся заочной формы обучения)

Подготовка контрольной работы предусматривает выполнение двух частей: первая – изложение теоретического вопроса, вторая – выполнение практического задания.

Требования к выполнению контрольной работы изложены в методических указаниях (п.п. 8.2).

### **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, а не только записывать материал под диктовку. Преподавателем предполагается использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии, поэтому рекомендуется отмечать для себя интересные моменты с целью их обсуждения. Баллы за посещение лекции могут быть уменьшены до 0, если обучающийся не выполняет запланированную на лекции работу.

Залогом качественного выполнения практических занятий является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материала лекций и чтения учебной литературы. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологии разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется самостоятельное расширение кругозора обучающегося по современным

вопросам формирования конкурентных преимуществ предприятий различных сфер и отраслей деятельности.

Для текущего контроля успеваемости по очной и очно-заочной форме обучения преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает:

- для очной и очно-заочной форм обучения:
  - самостоятельное изучение тем дисциплины;
  - подготовку к практическим занятиям;
  - подготовку к рубежным контролям;
  - подготовку к зачету;
- для заочной формы обучения:
  - самостоятельное изучение тем дисциплины;
  - подготовку к практическим занятиям;
  - выполнение контрольной работы;
  - подготовку к зачету.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

#### Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
<b>Самостоятельное изучение тем дисциплины</b>	<b>27</b>	<b>66</b>	<b>61</b>
Теоретические основы рекламной деятельности	4	10	11
Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ	6	14	12
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	4	16	14
Средства рекламы	6	16	16
Организация и планирование рекламной деятельности	7	10	8
<b>Подготовка к практическим занятиям (по 1 часу на каждое занятие)</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Подготовка к рубежным контролям (по 2 часа на каждый рубеж)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>–</b>
<b>Выполнение контрольной работы</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>18</b>
<b>Подготовка к зачету</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
<b>Всего</b>	<b>64</b>	<b>92</b>	<b>100</b>

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ (для очной и очно-заочной форм обучения).
2. Банк аналитических заданий к рубежным контролям №1, №2, (для очной и очно-заочной форм обучения).
3. Вопросы к зачету и банк заданий к зачету.
4. Задания к практическим занятиям.
5. Контрольная работа (для заочной формы обучения).

### 6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся по дисциплине Очная форма обучения

№	Наименование	Содержание					
		Распределение баллов					
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)	Вид учебной работы:	Посещение лекций	Активность на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Зачет
		Балльная оценка: max 100 баллов	До 14 баллов	До 39 баллов	До 13 баллов	До 14 баллов	До 20 баллов
		Примечания:	7лекционных занятий. От 0 до 2 балла в зависимости от активности (7занятий×2балла=14баллов)	13практических занятий. От 0 до 3 баллов в зависимости от активности (13занятий×3балла=39балла)	На 8практическом занятии. В зависимости от результата 13баллов	На 15практическом занятии. В зависимости от результата 14баллов	20баллов
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 баллов и менее – не зачтено; 61 балл и более - зачтено					
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен посетить все лекции, выполнить все практические занятия и пройти два рубежных контроля.</p> <p>Для получения зачета «автоматически» обучающемуся необходимо набрать 61 балл и выше.</p> <p>По согласованию с преподавателем обучающемуся могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий и выставлен зачет «автоматически».</p>					

4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных занятий.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка конспекта и/или презентационного материала и/или глоссария терминов по темам лекционного курса, пропущенным обучающимся – до 2 баллов за одно лекционное занятие;</li> <li>- выполнение и защита пропущенных практических занятий (преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного практического занятия самостоятельно) – до 3 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- разработка расчетной задачи или комплексной сквозной задачи по темам пропущенных практических занятий – до 3 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- выполнение рубежных контролей - до 13 баллов (РК №1) и до 14 баллов (РК №2).</li> </ul> <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>
---	--	---

### Очно-заочная форма обучения

№	Наименование	Содержание					
1	<p>Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)</p>	Распределение баллов					
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Активность на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Зачет
		Балльная оценка: max 100 баллов	До 16 баллов	До 36 баллов	До 14 баллов	До 14 баллов	До 30 баллов
Примечания:	4лекционных занятия. От 0 до 4 баллов в зависимости от активности (4занятия×4балла=16баллов)	4практических занятия. От 0 до 9 балла в зависимости от активности (4занятия×9баллов=36баллов)	На 2практическом занятии. В зависимости от результата 14баллов	На 4практическом занятии. В зависимости от результата 14баллов	30баллов		
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 баллов и менее – не зачтено; 61 балл и более - зачтено					

3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен посетить все лекции, выполнить все практические занятия и пройти два рубежных контроля.</p> <p>Для получения зачета «автоматически» обучающемуся необходимо набрать 61 балл и выше.</p> <p>По согласованию с преподавателем обучающемуся могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий и выставлен зачет «автоматически».</p>
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных занятий.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка конспекта и/или презентационного материала и/или глоссария терминов по темам лекционного курса, пропущенным обучающимся – до 4 баллов за одно лекционное занятие;</li> <li>- выполнение и защита пропущенных практических занятий (преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного практического занятия самостоятельно) – до 9 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- разработка расчетной задачи или комплексной сквозной задачи по темам пропущенных практических занятий – до 9 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- выполнение рубежных контролей - до 14 баллов каждый.</li> </ul> <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>

### 6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Рубежные контроли проводятся в форме выполнения аналитического задания.

На выполнение каждого рубежного контроля обучающемуся отводится время не менее 2 часов на очной форме обучения и не менее 1 часа - на очно-заочной.

Зачет проводится в форме ответа на 2 вопроса билета. Ответ на каждый вопрос оценивается в 10 баллов. Время, отводимое обучающемуся на зачете, составляет 1 академический час.

Результаты текущего контроля успеваемости и зачета заносятся преподавателем в зачетную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

### 6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и зачета

Примерные аналитические задания рубежных контролей

### *Примерное аналитическое задание рубежного контроля №1*

Представьте себе, что Вы являетесь продюсером популярного сериала (выберите любой на свой вкус). Какая целевая аудитория у этого сериала? Реклама каких товаров была бы эффективна в данном сериале? Придумайте сюжет серии с органично вписанным в него product placement.

### *Примерное аналитическое задание рубежного контроля №2*

Компания выпускает на рынок новую биологически активную добавку, которая обеспечивает организму рекомендуемые суточные дозы йода. Проведение рекламной кампании затруднено законами Российской Федерации. Определить, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара. Обосновать данный выбор.

### *Примеры заданий контрольных работ*

**Теоретический вопрос.** История возникновения рекламы. Сущность рекламы.

**Практическое задание.** Косметический салон-магазин «Клеопатра» расширил свой профиль и закупил оборудование для осуществления косметических процедур. Разработайте текст рекламного сообщения для размещения в Интернет. Какие потребительские мотивы Вы выберете при составлении текста рекламы?

### *Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачету)*

1. История возникновения рекламы. Сущность рекламы.
2. Понятие, цели и функции рекламы. Особенности рекламы в различных сферах деятельности современного рынка.
3. Классификация рекламы. Понятие и значение имидж-рекламы.
4. Элементы фирменного стиля и подходы к его формированию. Содержание элементов фирменного стиля.
5. Понятие товарного знака и правила его регистрации. Определение бренда. Брендинг.
6. Основы психологического воздействия рекламы. Воздействие на восприятие с помощью рекламы.
7. Структура и правила составления информационного письма.
8. Преимущества и недостатки различных видов рекламы.
9. Процесс участия фирмы в работе выставки (ярмарки).
10. Понятие Паблик Рилейшнз. Мероприятия ПР. Основные цели и организация мероприятий ПР.
11. Рекламное обращение и его структура. Составляющие рекламного обращения.
12. Рекламная кампания, ее цели и задачи.
13. Этапы разработки рекламной кампании.

14. Понятие медиаплана и порядок его составления.
15. Средства рекламы и их применение.

### **6.5. Фонд оценочных средств**

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

## **7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **7.1. Основная учебная литература**

- 1 Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Ю.С. Вернадская [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 2 Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 3 Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учебное пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

### **7.2. Дополнительная учебная литература**

- 1 Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность : учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова. - Красноярск : Сиб. федер, ун-т, 2017. - 198 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 2 Мудров, А. Н. Основы рекламы : учебник / А.Н. Мудров. —3-е изд., перераб. и доп. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2018. — 416 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Методические указания к проведению практических занятий по дисциплине «Рекламная деятельность» для студентов специальности 38.05.02 Таможенное дело (специализация Организация внешнеэкономической деятельности предприятия) / сост. З.Н. Варламова, (на правах рукописи), Курган, 2019.
2. Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Рекламная деятельность» для студентов специальности 38.05.02 Таможенное дело (специализация Организация внешнеэкономической деятельности предприятия) / сост. З.Н. Варламова (на правах рукописи), Курган, 2019.

## **9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- 1 <http://fas.gov.ru> – Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы.
- 2 <http://consultant.ru> – Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
- 3 <http://mavriz.ru> – Официальный сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом».
- 4 <http://bci-marketing.ru> – Официальный сайт журнала «Арт Маркетинг».
- 5 <http://grebennikov.ru/brand-management.phtml> – Официальный сайт журнала «Бренд-менеджмент».
- 6 <http://osp.ru/cio///home> - Официальный сайт журнала «Директор информационной службы».
- 7 [http://grebennikov.ru/in\\_mark.phtml](http://grebennikov.ru/in_mark.phtml) Официальный сайт журнала «Интернет-маркетинг».
- 8 <http://grebennikov.ru/market-commun.phtml> – Официальный сайт журнала «Практика рекламы»
- 9 <http://prosmi.ru/magazin/practic/about> – Официальный сайт журнала «Практика рекламы».
- 10 [http://grebennikov.ru/recl\\_life.phtml](http://grebennikov.ru/recl_life.phtml) – Официальный сайт журнала «Реклама и жизнь. Теория и практика».
- 11 <http://advi.ru> – Официальный сайт журнала «Рекламные идеи».
- 12 <http://businesslearning.ru> - Система дистанционного бизнес-образования.
- 13 <http://dspace.kgsu.ru> - Электронная библиотека КГУ.

## **10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

При чтении лекций могут использоваться слайдовые презентации.

Минимальные требования к операционной системе и программному обеспечению компьютера, используемого при показе слайдовых презентаций: WindowsXP, FoxitReaderPro версия 1.3.

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Мультимедийное оборудование (переносной персональный компьютер, мультимедийный проектор, мультимедийный экран).

Раздаточный материал по темам.

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**«Рекламная деятельность»**

образовательной программы высшего образования –  
программы специалитета  
**38.05.02 –Таможенное дело**

направленность Организация внешнеэкономической деятельности  
предприятия

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часов)

Семестр: 9 (ОФО), 9 (ОЗФО), 11 (ЗФО)

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Содержание дисциплины

Теоретические основы рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Средства рекламы. Организация и планирование рекламной деятельности

**ЛИСТ**  
**регистрации изменений (дополнений) в рабочую программу**  
**учебной дисциплины**  
**«Рекламная деятельность»**

**Изменения / дополнения в рабочую программу**  
**на 20\_\_ / 20\_\_ учебный год:**

---

---

---

---

---

---

Ответственный преподаватель \_\_\_\_\_ /Ф.И.О./

Изменения утверждены на заседании кафедры «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,  
Протокол № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Изменения / дополнения в рабочую программу**  
**на 20\_\_ / 20\_\_ учебный год:**

---

---

---

---

---

---

Ответственный преподаватель \_\_\_\_\_ /Ф.И.О./

Изменения утверждены на заседании кафедры «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,  
Протокол № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.