

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шاپорова З.Е.

"25" 03 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Мобильный маркетинг

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 2

Семестр 4

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

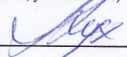
Составитель: Бордаченко Н.С., ст.преподаватель кафедры логистики и маркетинга в АПК
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 05 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6-19 «22» 05 2019 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д-р экон.наук, профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 05 2019 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Юношески
управления АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА (ФИО, ученая степень, ученое звание) «15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Мужская Л. П. 9741 1/09
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «18» 03 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	8
4.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	8
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>11</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....</i>	<i>12</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	13
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ	13
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ".....	13
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	13
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
9.1. Методические рекомендации для обучающихся.....	17
9.2. Методические рекомендации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	17
<i>Изменения</i>	<i>19</i>

Аннотация

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Мобильный маркетинг» является дисциплиной части Блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-5), (ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с понятием «мобильный маркетинг», технологиями и средствами мобильного маркетинга и их эффективностью в современных условиях.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 часов), практические занятия (36 часов) и 54 часов самостоятельной работы студента, в том числе 18 часов в интерактивной форме.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мобильный маркетинг» является дисциплиной по выбору и включена в ОПОП, в часть блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина «Мобильный маркетинг» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Social Media Market», «Digital – маркетинг».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы **Компетенции, формируемые в результате освоения.**

Целью изучения дисциплины «Мобильный маркетинг» является: формирование у бакалавров представления о мобильном маркетинге как инструменте маркетинговых коммуникаций, навыков и умений в применении мобильного маркетинга для позиционирования предприятия.

Задачи дисциплины:

- изучить инструменты и технологии мобильного маркетинга;
- познакомиться с видами устройствами, акциями мобильного маркетинга.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-5	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций. Уметь: применять технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций. Владеть: навыками использования технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
ПК-8	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать: технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций. Уметь: применять технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций. Владеть: навыками использования технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.

5. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. Ед.	Час.	По семестрам	
			№ 4	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108	108	
Контактная работа	1,5	54	54	
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме		18	18/6	
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме		36	36/12	
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	1,5	54	54	
в том числе:				

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. Ед.	Час.	По семестрам	
			№ 4	
самостоятельное изучение тем и разделов		18	18	
самоподготовка к текущему контролю знаний		27	27	
подготовка к зачету		9	9	
Вид контроля:		Зачет	Зачет	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модуль 1 Понятие и сущность мобильного маркетинга	56	8	18	30
Модульная единица 1. Мобильный мир: с чего все начинается?	26	4	8	14
Модульная единица 2. Мобильные технологии	30	4	10	16
Модуль 2 Ключевые элементы мобильного маркетинга: возможности в действии	52	10	18	24
Модульная единица 1. Мобильный маркетинг и мобильная реклама	26	4	8	14
Модульная единица 2. Мобильный маркетинг на практике	28	6	10	16
ИТОГО	108	18	36	54

4.2. Содержание модулей дисциплины

МОДУЛЬ I «ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА»

Модульная единица 1 Мобильный мир: с чего все начинается?

Тема 1. Устройства мобильного маркетинга

Тема 2. Экосистемы: железное устройство, программы, легкость оплаты

Тема 3. Операционные системы

Модульная единица 2 Мобильные технологии

Тема 1. Виды мобильного маркетинга

Тема 2. Виды акций мобильного маркетинга

МОДУЛЬ II КЛЮЧЕВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА: ВОЗМОЖНОСТИ В ДЕЙСТВИИ

Модульная единица 1 Мобильный маркетинг и мобильная реклама

Тема 1. Мобильный поиск и мобильная реклама

Тема 2. Мобильный маркетинг и мобильная реклама: общее и отличное

Модульная единица 2 Мобильный маркетинг на практике

Тема 1. Мобильные приложения

Тема 2. Voice

Тема 3. SMS, MMS, email

4.3. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Понятие и сущность мобильного маркетинга		Коллоквиум	8
	Модульная единица 1. Мобильный мир: с чего все начинается?	Лекция №1. Устройства мобильного маркетинга		1
		Лекция №2. Экосистемы: железное устройство, программы, легкость оплаты		1
		Лекция №3. Операционные системы		2
	Модульная единица 2. Инструменты мобильного маркетинга	Лекция № 1. Виды мобильного маркетинга		2
		Лекция №2. Виды акций мобильного маркетинга		2
2.	Модуль 2. Ключевые элементы мобильного маркетинга: возможности в действии		Коллоквиум	10
	Модульная единица 1. Мобильный маркетинг и мобильная реклама	Лекция № 1. Мобильный поиск и мобильная реклама		2
		Лекция №2.Мобильный маркетинг и мобильная реклама: общее и отличное		2
	Модульная единица 2. Мобильный маркетинг на практике	Лекция № 1. Мобильные приложения		2
		Лекция №2. Voice		2
		Лекция №3. SMS, MMS, e mail		2
ИТОГО			зачет	18

¹Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/ п	№ модуля и модуль- ной единицы дисци- плины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² кон- трольного мероприятия	Кол- во часов
1.	Модуль 1. Понятие и сущность мобильного маркетинга		Имитацион- ное упражне- ние	18
	Модульная единица 1. Мо- бильный мир: с чего все начинается?	Занятие №1. Устройства мо- бильного маркетинга		4
		Занятие №2. Экосистемы: же- лезное устройство, програм- мы, легкость оплаты		4
		Занятие №3. Операционные системы		4
	Модульная единица 2. Ин- струменты мобильного маркетинга	Занятие № 1. Виды мобильно- го маркетинга		4
		Занятие №2. Виды акций мо- бильного маркетинга		2
2.	Модуль 2. Ключевые элементы мобильного маркетинга: возможности в действии		Имитацион- ное упражне- ние, Keys- study	168
	Модульная единица 1. Мобильный маркетинг и мобильная реклама	Занятие № 1. Мобильный поиск и мобильная реклама		4
		Занятие №2. Мобильный маркетинг и мобильная реклама: общее и отличное		4
	Модульная единица 2. Мобильный маркетинг на практике	Занятие № 1. Мобильные приложения		4
		Занятие №2. Voice		4
		Занятие №3. SMS, MMS, e mail		2
ИТОГО			зачет	36

4.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

- организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам);

²Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

4.4.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
Модуль 1. Понятие и сущность мобильного маркетинга			9
1	Сферы применения технологий мобильного маркетинга		3
2	Инструменты мобильного маркетинга		3
3	Возможности ММС рассылки на различные устройства		3
Модуль 2. Ключевые элементы мобильного маркетинга: возможности в действии			9
1	Возможности использования видов мобильного маркетинга в различных отраслях и сферах		3
2	Особенности применения технологий мобильного маркетинга в сельском хозяйстве		3
3	Мобильный маркетинг: взгляды «за» и «против»		3
4	Самоподготовка к текущему контролю знаний		27
5	Подготовка к зачету		9
ВСЕГО:			54

4.4.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Не предусмотрено учебным планом.

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
-------	--------------------------------	---

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
ПК-8 – Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	М1,2	М1,2	М1,2	Зачет
ПК-5 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта				Зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Мобильный маркетинг

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М.: «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М.: Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М.: «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М.: Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М.: Маркетинг, М.: Юрайт	2019		+				http://biblio-online.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М.: Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										
	Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М.: ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+			3

Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblionline.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblionline.ru/bcode/415427
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+				https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+				https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+				https://biblionline.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblionline.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblionline.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+				https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки




6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle –
Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ –
Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU –
Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» –
Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» –
Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

6.3. Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- коллоквиум;
- keys-study.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета.

Рейтинг – план дисциплины «Мобильный маркетинг»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	56	40
2	Модуль № 2	52	45
	Зачет	-	15
	Итого	108	100

В фонде оценочных средств по дисциплине "Мобильный маркетинг", в котором детально прописаны критерии оценивания по текущей и промежуточной аттестации.

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ			Итого
		Коллоквиум	Keis-stadi	Зачет	
1	Модуль № 1	15	25	-	40
2	Модуль № 2	15	25	-	40
	Зачет	-	-	20	20
	Итого	30	50	20	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Мобильный маркетинг».

Промежуточный контроль по результатам 4 семестра по дисциплине «Мобильный маркетинг» – **зачёт** - проходит в форме выполнения итоговой контрольной работы.

Студенту, набравшему 65 баллов по результатам текущей работы, зачет выставляется автоматически.

Студенты, не набравшие данное количество баллов, выполняют итоговую контрольную работу, проводимую в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итоговой контрольной работы осуществляется по следующим критериям:

15-20 баллов выставляется при выполнении 4-5 заданий и допущении при этом не более 5-ти незначительных ошибок;

До 15 баллов выставляется при выполнении студентом менее 50% контрольного задания, допущении значительных ошибок.

Баллы, полученные при выполнении итоговой контрольной работы, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговый результат по зачёту по следующим критериям:

65 баллов и выше - «зачтено».

Менее 65 баллов – «не зачтено».

Обучающийся, не сдавший зачёт, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-06 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 5-05 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 4 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработала:

Бордаченко Н.С. ст.преподаватель

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Мобильный маркетинг»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Мобильный маркетинг» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является формирование у бакалавров представления о мобильном маркетинге как инструменте маркетинговых коммуникаций, навыков и умений в применении мобильного маркетинга для позиционирования предприятия. Программа отвечает современным требованиям к изучению инструментов и технологий мобильного маркетинга; ознакомлению с видами устройствами, акциями мобильного маркетинга.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.