

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 Шапорова З.Е.

"25" 03 управления 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Разработка и продвижение рекламного продукта

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 4

Семестр 8

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Швалов П.Г., кэ.н., доцент

Швалов П.Г. «22» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.02 «Реклама в АПК» и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) Реклама и связь с общественностью в отрасли (сфере) АПК, профессионального стандарта № 5-12 от 08.08.2017 г.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 679 «22» 03 2019 г.

Зав. кафедрой Андреев Л.П., к.т.н., доц.  
(ФИО, ученая степень, ученое звание)  
Андреев Л.П. «22» 03 2019 г.

\* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ

## Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Жоиниски  
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) Менеджмент в бизнесе

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«18» 03 2019 г.

## Оглавление

|                                                                                                                                                                                |                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Аннотация .....                                                                                                                                                                | 5                                      |
| <b>1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>                                                                                                         | <b>5</b>                               |
| <b>2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b> | <b>5</b>                               |
| <b>3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                                   | <b>6</b>                               |
| <b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                                               | <b>7</b>                               |
| 4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины .....                                                                                                                  | 7                                      |
| 4.2. Содержание модулей дисциплины .....                                                                                                                                       | 8                                      |
| 4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия.....                                                                                                             | 8                                      |
| 4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия .....                                                                                                                       | 10                                     |
| 4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний .....                                                                       | 12                                     |
| 4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....                                                                  | 12                                     |
| Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний                                                                              | 12                                     |
| Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний .....                                                        | 12                                     |
| 4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы .....                                                                                        | 14                                     |
| Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы .....                                                                                          | <b>Ошибка!</b>                         |
| Закладка не определена.                                                                                                                                                        |                                        |
| <b>5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ .....</b>                                                                                                                              | <b>14</b>                              |
| <b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                     | <b>14</b>                              |
| 6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9).....                                                                                                                         | 14                                     |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).....                                                                       | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 6.3. Программное обеспечение.....                                                                                                                                              | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| <b>7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>                                                                                                | <b>17</b>                              |
| <b>8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                                  | <b>19</b>                              |
| <b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                | <b>190</b>                             |
| 9.1. Методические рекомендации для обучающихся.....                                                                                                                            | 10                                     |
| 9.2. Методические рекомендации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....                                                                                 | 10                                     |
| Изменения .....                                                                                                                                                                | 221                                    |

## **Аннотация**

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Разработка и продвижение рекламного продукта» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 8 подготовки студентов 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) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с созданием, совершенствованием и продвижением рекламного продукта на рынке.

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (24 часа), практические (36 часов) занятия и (84 часа) самостоятельной работы студента, в том числе 20 часов в интерактивной форме.

### **1. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Разработка и продвижение рекламного продукта» включена в ОПОП, в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 8 Дисциплины.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Разработка и продвижение рекламного продукта» являются «Агромаркетинг», «Мерчендайзинг».

Дисциплина «Разработка и продвижение рекламного продукта» является основополагающим для изучения следующих дисциплин: «Преддипломная практика».

Особенностью дисциплины является использование интерактивной формы проведения лекционных и практических занятий.

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**

Целями освоения дисциплины «Разработка и продвижение рекламного продукта» являются овладение базовыми теоретическими знаниями в сфере позиционирования, копирайтинга, тестирования рекламных продуктов, изу-

чение особенностей восприятия рекламных продуктов потребителями, специфики рекламных продуктов в различных СМИ, овладение формами и методами разработки и творческого наполнения рекламных продуктов, формирование профессиональных компетенций.

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 | <b>Знать:</b> Основные положения теории коммуникации, функциональные стили и жанровые разновидности русского литературного языка, коммуникативные качества речи, правила подготовки публичного выступления, нормы речевого этикета. |
|                 |                                                                                                                             | <b>Уметь:</b> Применять на практике правила продуцирования текстов основных жанров, объяснять закономерности развития языка, редактировать тексты.                                                                                  |
|                 |                                                                                                                             | <b>Владеть:</b> Основами речи, знанием её видов, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приёмами убеждений.                                                                                     |

**3. Организационно-методические данные дисциплины**

Таблица 2

**Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам**

| Вид учебной работы                                            | Трудоемкость |                 |                 |  |
|---------------------------------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|--|
|                                                               | зач.<br>ед.  | час.            | по семестрам    |  |
|                                                               |              |                 | № 8             |  |
| <b>Общая трудоемкость</b> дисциплины по учебному плану        | 4            | 144             | 144             |  |
| <b>Контактная работа</b>                                      | 1,7          | 60              | 60              |  |
| в том числе:                                                  |              |                 |                 |  |
| Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме                |              | 24/8            | 24/8            |  |
| Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме |              | 36/12           | 36/12           |  |
| Семинары (С) / в том числе в интерактивной форме              |              |                 |                 |  |
| Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме  |              |                 |                 |  |
| <b>Самостоятельная работа (СРС)</b>                           | 2,3          | 84              | 84              |  |
| в том числе:                                                  |              |                 |                 |  |
| самостоятельное изучение тем и разделов                       |              | 35              | 35              |  |
| самоподготовка к текущему контролю знаний                     |              | 40              | 40              |  |
| подготовка к зачету                                           |              | 9               | 9               |  |
| <b>Вид контроля:</b>                                          |              | зачет с оценкой | зачет с оценкой |  |

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

**Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины**

| Наименование<br>модулей и модульных<br>единиц дисциплины                                                                                              | Всего часов<br>на модуль | Контактная<br>работа |          | Внеаудитор-<br>ная работа<br>(СРС) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|----------|------------------------------------|
|                                                                                                                                                       |                          | Л                    | ЛЗ/ПЗ/С  |                                    |
| <b>Модуль 1 Маркетинговый замысел рекламного продукта</b>                                                                                             | <b>36</b>                | <b>6</b>             | <b>9</b> | <b>21</b>                          |
| <b>Модульная единица 1.1</b> Среда рекламного продукта                                                                                                | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модульная единица 1.2</b> Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модульная единица 1.3</b> Принципы успешного продукта. Язык рекламного продукта: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модуль 2 Практическая реализация рекламного продукта</b>                                                                                           | <b>36</b>                | <b>6</b>             | <b>9</b> | <b>21</b>                          |
| <b>Модульная единица 2.1</b> Выбор рекламной стратегии.                                                                                               | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модульная единица 2.2</b> Целесообразность применения стратегий в различных ситуациях. Суперидея.                                                  | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модульная единица 2.3</b> Семiotика рекламы. Стилистика рекламы                                                                                    | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модуль 3 Тестирование и оценка рекламного продукта</b>                                                                                             | <b>36</b>                | <b>6</b>             | <b>9</b> | <b>21</b>                          |
| <b>Модульная единица 3.1</b> Выбор клиентов                                                                                                           | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |
| <b>Модульная единица 3.2</b> Проблемы практического осу-                                                                                              | 12                       | 2                    | 3        | 7                                  |

| Наименование<br>модулей и модульных<br>единиц дисциплины                                         | Всего часов<br>на модуль | Контактная<br>работа |           | Внеаудитор-<br>ная работа<br>(СРС) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|-----------|------------------------------------|
|                                                                                                  |                          | Л                    | ЛЗ/ПЗ/С   |                                    |
| ществления тестирования и<br>дополнительных затрат                                               |                          |                      |           |                                    |
| <b>Модульная единица 3.3 Ме-<br/>тодики измерения<br/>эффективности рекламного<br/>продукта.</b> | 12                       | 2                    | 3         | 7                                  |
| <b>Модуль 4 Каналы распро-<br/>странения<br/>рекламного продукта</b>                             | <b>36</b>                | <b>6</b>             | <b>9</b>  | <b>21</b>                          |
| <b>Модульная единица 4.1 Ре-<br/>кламные продукты в печатных<br/>СМИ</b>                         | 12                       | 2                    | 3         | 7                                  |
| <b>Модульная единица 4.2 Жан-<br/>ры, чья эффективность<br/>находится на среднем уровне.</b>     | 12                       | 2                    | 3         | 7                                  |
| <b>Модульная единица 4.3 Ре-<br/>кламные продукты в местах<br/>продаж.</b>                       | 12                       | 2                    | 3         | 7                                  |
| <b>ИТОГО:</b>                                                                                    | <b>144</b>               | <b>24</b>            | <b>36</b> | <b>84</b>                          |

#### 4.2. Содержание модулей дисциплины

#### 4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

##### Содержание лекционного курса

| №<br>п/п | № модуля и мо-<br>дульной единицы<br>дисциплины                                                                                                 | № и тема лекции                            | Вид <sup>1</sup> кон-<br>трольного<br>мероприятия | Кол-во<br>часов |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------|
| 1.       | <b>Модуль 1. Маркетинговый<br/>замысел рекламного продукта</b>                                                                                  |                                            | зачет с<br>оценкой                                | <b>6</b>        |
|          | <b>Модульная еди-<br/>ница 1.1 Среда<br/>рекламного про-<br/>дукта</b>                                                                          | Лекция № 1. Среда рекламно-<br>го продукта |                                                   | 2               |
|          | <b>Модульная еди-<br/>ница 1.2 Реклам-<br/>ное обращение:<br/>виды, формы, со-<br/>держание, струк-<br/>тура и компози-<br/>ция, творческое</b> | Лекция № 2. Среда рекламно-<br>го продукта |                                                   | 2               |

<sup>1</sup> Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

| № п/п | № модуля и модульной единицы дисциплины                                                                                                               | № и тема лекции                                                                       | Вид <sup>1</sup> контрольного мероприятия | Кол-во часов |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------|
|       | воплощение и художественное оформление.                                                                                                               |                                                                                       |                                           |              |
|       | <b>Модульная единица 1.3</b> Принципы успешного продукта. Язык рекламного продукта: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. | Лекция № 3. Среда рекламного продукта                                                 |                                           | 2            |
| 2.    | <b>Модуль 2. Практическая реализация рекламного продукта</b>                                                                                          |                                                                                       | зачет с оценкой                           | <b>6</b>     |
|       | <b>Модульная единица 2.1</b> Выбор рекламной стратегии.                                                                                               | Лекция № 4. Выбор рекламной стратегии.                                                |                                           | 2            |
|       | <b>Модульная единица 2.2</b> Целесообразность применения стратегий в различных ситуациях. Суперидея.                                                  | Лекция № 5. Целесообразность применения стратегий в различных ситуациях. Суперидея.   |                                           | 2            |
|       | <b>Модульная единица 2.3</b> Семиотика рекламы. Стилистика рекламы                                                                                    | Лекция № 6. Семиотика рекламы. Стилистика рекламы                                     |                                           | 2            |
| 3.    | <b>Модуль 3. Тестирование и оценка рекламного продукта</b>                                                                                            |                                                                                       | зачет с оценкой                           | <b>6</b>     |
|       | <b>Модульная единица 3.1</b> Выбор клиентов                                                                                                           | Лекция № 7. Выбор клиентов                                                            |                                           | 2            |
|       | <b>Модульная единица 3.2</b> Проблемы практического осуществления тестирования и дополни-                                                             | Лекция № 8. Проблемы практического осуществления тестирования и дополнительных затрат |                                           | 2            |

| № п/п | № модуля и модульной единицы дисциплины                                            | № и тема лекции                                                    | Вид <sup>1</sup> контрольного мероприятия | Кол-во часов |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------|
|       | тельных затрат                                                                     |                                                                    |                                           |              |
|       | <b>Модульная единица 3.3</b> Методики измерения эффективности рекламного продукта. | Лекция № 9. Методики измерения эффективности рекламного продукта.  |                                           | 2            |
| 4.    | <b>Модуль 4. Каналы распространения рекламного продукта</b>                        |                                                                    | зачет с оценкой                           | <b>6</b>     |
|       | <b>Модульная единица 4.1</b> Рекламные продукты в печатных СМИ                     | Лекция № 10. Рекламные продукты в печатных СМИ                     |                                           | 2            |
|       | <b>Модульная единица 4.2</b> Жанры, чья эффективность находится на среднем уровне. | Лекция № 11. Жанры, чья эффективность находится на среднем уровне. |                                           | 2            |
|       | <b>Модульная единица 4.3</b> Рекламные продукты в местах продаж.                   | Лекция № 12. Рекламные продукты в местах продаж.                   |                                           | 2            |
|       | <b>ИТОГО:</b>                                                                      |                                                                    | зачет с оценкой                           | 24           |

#### 4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

##### Содержание занятий и контрольных мероприятий

| № п/п | № модуля и модульной единицы дисциплины                                                       | № и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий | Вид <sup>2</sup> контрольного мероприятия | Кол-во часов |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------|
| 1.    | <b>Модуль 1. Маркетинговый замысел рекламного продукта</b>                                    |                                                                                    | тест                                      | <b>9</b>     |
|       | <b>Модульная единица 1.1</b> Среда рекламного продукта                                        | Занятие № 1. Среда рекламного продукта                                             | работа в малых группах                    | 3            |
|       | <b>Модульная единица 1.2</b> Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и компо- | Занятие № 2. Среда рекламного продукта                                             | работа в малых группах                    | 3            |

<sup>2</sup> Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

| №<br>п/п | № модуля и модульной единицы дисциплины                                                                                                               | № и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий     | Вид <sup>2</sup><br>контрольного мероприятия | Кол-во часов |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------|
|          | зация, творческое воплощение и художественное оформление.                                                                                             |                                                                                        |                                              |              |
|          | <b>Модульная единица 1.3</b> Принципы успешного продукта. Язык рекламного продукта: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. | Занятие № 3. Среда рекламного продукта                                                 | работа в малых группах                       | 3            |
| 2.       | <b>Модуль 2. Практическая реализация рекламного продукта</b>                                                                                          |                                                                                        | тест                                         | 9            |
|          | <b>Модульная единица 2.1</b> Выбор рекламной стратегии.                                                                                               | Занятие № 4. Выбор рекламной стратегии.                                                | работа в малых группах                       | 3            |
|          | <b>Модульная единица 2.2</b> Целесообразность применения стратегий в различных ситуациях. Суперидея.                                                  | Занятие № 5. Целесообразность применения стратегий в различных ситуациях. Суперидея.   | работа в малых группах                       | 3            |
|          | <b>Модульная единица 2.3</b> Семиотика рекламы. Стилистика рекламы                                                                                    | Занятие № 6. Семиотика рекламы. Стилистика рекламы                                     | работа в малых группах                       | 3            |
| 3.       | <b>Модуль 3. Тестирование и оценка рекламного продукта</b>                                                                                            |                                                                                        | тест                                         | 9            |
|          | <b>Модульная единица 3.1</b> Выбор клиентов                                                                                                           | Занятие № 7. Выбор клиентов                                                            | работа в малых группах                       | 3            |
|          | <b>Модульная единица 3.2</b> Проблемы практического осуществления тестирования и дополнительных затрат                                                | Занятие № 8. Проблемы практического осуществления тестирования и дополнительных затрат | работа в малых группах                       | 3            |
|          | <b>Модульная единица 3.3</b> Методики измерения эффективности рекламного продукта.                                                                    | Занятие № 9. Методики измерения эффективности рекламного продукта.                     | работа в малых группах                       | 3            |
| 4.       | <b>Модуль 4. Каналы распространения рекламного продукта</b>                                                                                           |                                                                                        | тест                                         | 9            |
|          | <b>Модульная единица 4.1</b> Рекламные                                                                                                                | Занятие № 10. Рекламные продукты в печатных СМИ                                        | работа в малых группах                       | 3            |

| № п/п | № модуля и модульной единицы дисциплины                                            | № и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий | Вид <sup>2</sup> контрольного мероприятия | Кол-во часов |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------|
|       | продукты в печатных СМИ                                                            |                                                                                    |                                           |              |
|       | <b>Модульная единица 4.2</b> Жанры, чья эффективность находится на среднем уровне. | Занятие № 11. Жанры, чья эффективность находится на среднем уровне.                | работа в малых группах                    | 3            |
|       | <b>Модульная единица 4.3</b> Рекламные продукты в местах продаж.                   | Занятие № 12. Рекламные продукты в местах продаж.                                  | работа в малых группах                    | 3            |
|       | <b>ИТОГО:</b>                                                                      |                                                                                    | зачет с оценкой                           | 36           |

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

##### 4.5.1. 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 и видов самоподготовки к текущему контролю знаний | Кол-во часов |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Модуль 1. Маркетинговый замысел рекламного продукта</b>   |                                                                                                                                                       |                                                                                                                   | <b>5</b>     |
| 1                                                            | <b>Модульная единица 1.1</b> Среда рекламного продукта                                                                                                | Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)                                                     | 1            |
| 2                                                            | <b>Модульная единица 1.2</b> Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. | Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                                                  | 2            |
| 3                                                            | <b>Модульная единица 1.3</b> Принципы успешного продукта. Язык рекламного продукта: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. | Индивидуальные домашние задания                                                                                   | 2            |
| <b>Модуль 2. Практическая реализация рекламного продукта</b> |                                                                                                                                                       |                                                                                                                   | <b>10</b>    |

| №п/п                                                        | № модуля и модульной единицы                                                                           | Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний | Кол-во часов |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 4                                                           | <b>Модульная единица 2.1</b> Выбор рекламной стратегии.                                                | Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)                                                     | 3            |
| 5                                                           | <b>Модульная единица 2.2</b> Целесообразность применения стратегий в различных ситуациях. Суперидея.   | Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                                                  | 3            |
| 6                                                           | <b>Модульная единица 2.3</b> Семиотика рекламы. Стилистика рекламы                                     | Индивидуальные домашние задания                                                                                   | 4            |
| <b>Модуль 3. Тестирование и оценка рекламного продукта</b>  |                                                                                                        |                                                                                                                   | <b>10</b>    |
| 7                                                           | <b>Модульная единица 3.1</b> Выбор клиентов                                                            | Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)                                                     | 3            |
| 8                                                           | <b>Модульная единица 3.2</b> Проблемы практического осуществления тестирования и дополнительных затрат | Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                                                  | 3            |
| 9                                                           | <b>Модульная единица 3.3</b> Методики измерения эффективности рекламного продукта.                     | Индивидуальные домашние задания                                                                                   | 4            |
| <b>Модуль 4. Каналы распространения рекламного продукта</b> |                                                                                                        |                                                                                                                   | <b>10</b>    |
| 10                                                          | <b>Модульная единица 4.1</b> Рекламные продукты в печатных СМИ                                         | Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)                                                     | 3            |
| 11                                                          | <b>Модульная единица 4.2</b> Жанры, чья эффективность находится на среднем уровне.                     | Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                                                  | 3            |
| 12                                                          | <b>Модульная единица 4.3</b> Рекламные продукты в местах продаж.                                       | Индивидуальные домашние задания                                                                                   | 4            |
| Самоподготовка к текущему контролю знаний                   |                                                                                                        |                                                                                                                   | <b>40</b>    |
| Подготовка к зачету                                         |                                                                                                        |                                                                                                                   | <b>9</b>     |
| <b>ВСЕГО:</b>                                               |                                                                                                        |                                                                                                                   | <b>84</b>    |

**4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы – не предусмотрено**

**5. Взаимосвязь видов учебных занятий**

Таблица 8

**Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов**

| <b>Компетенции</b>                                                                                                               | <b>Лек-ции</b> | <b>ЛЗ/<br/>ПЗ/С</b> | <b>СРС</b> | <b>Другие<br/>виды</b> | <b>Вид<br/>кон-<br/>троля</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------|------------|------------------------|-------------------------------|
| ПК-5 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | М1-<br>М4      | М1-<br>М4           | М1-<br>М4  | -                      | Зачет с оценкой               |

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)**

# КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

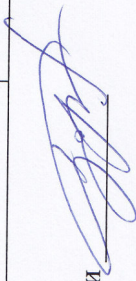
Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Разработка и продвижение рекламного продукта

| 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        |             | +      |                |     |                             | <a href="http://bibli-online.ru/bcode/433656">http://bibli-online.ru/bcode/433656</a> |
|                | 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 |  | + |  |  |  | <a href="https://biblio-online.ru/bcode/413802">https://biblio-online.ru/bcode/413802</a> |
| Теория и практика связей с общественностью     | С.М. Емельянов                                | М. : Юрайт          | 2018 |  | + |  |  |  | <a href="https://biblio-online.ru/bcode/415427">https://biblio-online.ru/bcode/415427</a> |
| Реклама: теория и практика                     | Л.Н. Федотова                                 | М. : Юрайт          | 2018 |  | + |  |  |  | <a href="https://urait.ru/bcode/413192">https://urait.ru/bcode/413192</a>                 |
| Реклама и связи с общественностью              | И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов     | М. : Юрайт          | 2019 |  | + |  |  |  | <a href="https://urait.ru/bcode/425190">https://urait.ru/bcode/425190</a>                 |
| Основы интегрированных коммуникаций            | В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед | М. : Юрайт          | 2019 |  | + |  |  |  | <a href="https://biblio-online.ru/bcode/425906">https://biblio-online.ru/bcode/425906</a> |
| Маркетинговые исследования                     | Д.В. Тюрин                                    | М. : Юрайт          | 2019 |  | + |  |  |  | <a href="https://biblio-online.ru/bcode/425844">https://biblio-online.ru/bcode/425844</a> |
| Брендинг                                       | И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин                 | М. : Юрайт          | 2019 |  | + |  |  |  | <a href="https://biblio-online.ru/bcode/425868">https://biblio-online.ru/bcode/425868</a> |
| Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг | М.А. Николаева                                | Екатеринбург: УрГПУ | 2017 |  | + |  |  |  | <a href="https://e.lanbook.com/book/159004">https://e.lanbook.com/book/159004</a>         |

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 &#8210; 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*** обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

- тестирование;
- работа в малых группах.

## Рейтинг – план дисциплины «Разработка и продвижение рекламного продукта»

|   | Модули          | Часы       | Баллы      |
|---|-----------------|------------|------------|
| 1 | Модуль № 1      | 36         | 20         |
| 2 | Модуль № 2      | 36         | 20         |
| 3 | Модуль № 3      | 36         | 20         |
| 4 | Модуль № 4      | 36         | 20         |
|   | Зачет с оценкой | 36         | 20         |
|   | <b>Итого:</b>   | <b>180</b> | <b>100</b> |

### Распределение баллов по модулям

| № | Модули          | Баллы по видам работ |                        |                 | Итого      |
|---|-----------------|----------------------|------------------------|-----------------|------------|
|   |                 | Тестирование         | Работа в малых группах | Зачёт с оценкой |            |
| 1 | Модуль № 1      | 10                   | 10                     | -               | 20         |
| 2 | Модуль № 2      | 10                   | 10                     | -               | 20         |
| 3 | Модуль № 3      | 20                   | -                      | -               | 20         |
| 4 | Модуль № 4      | 10                   | 10                     | -               | 20         |
|   | Зачет с оценкой | -                    | -                      | 20              | 20         |
|   | <b>Итого</b>    | <b>50</b>            | <b>30</b>              | <b>20</b>       | <b>100</b> |

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Разработка и продвижение рекламного продукта».

**Промежуточный контроль** по результатам 8 семестра по дисциплине – **зачёт с оценкой** - проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю студент должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Разработка и продвижение рекламного продукта» (35 тест-заданий в одном варианте) и проводится в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 15 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 10 баллов.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговая оценка по дифференцированному зачёту по следующим критериям:

60 – 73 – минимальное количество баллов – оценка «удовлетворительно».

74 – 86 – среднее количество баллов – оценка «хорошо».

87 – 100 – максимальное количество баллов – оценка «отлично».

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](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 &#8210; 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 рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

### **9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся**

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 8 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 нарушение слуха                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• в печатной форме;</li><li>• в форме электронного документа;</li></ul>                                                   |
| С нарушением зрения                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• в печатной форме увеличенных шрифтом;</li><li>• в форме электронного документа;</li><li>• в форме аудиофайла;</li></ul> |
| С нарушением опорно-двигательного аппарата | <ul style="list-style-type: none"><li>• в печатной форме;</li><li>• в форме электронного документа;</li><li>• в форме аудиофайла.</li></ul>                     |

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 разработали:**

Швалов П.Г., к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на рабочую программу дисциплины**  
**«Разработка и продвижение рекламного продукта»**  
**для направления подготовки**  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**  
**профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»**

Рабочая программа дисциплины «Разработка и продвижение рекламного продукта» 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 овладение базовыми теоретическими знаниями в сфере позиционирования, копирайтинга, тестирования рекламных продуктов, изучение особенностей восприятия рекламных продуктов потребителями, специфики рекламных продуктов в различных СМИ, овладение формами и методами разработки и творческого наполнения рекламных продуктов, формирование профессиональных компетенций. Программа отвечает современным требованиям к способности применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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.