

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

Кафедра регионального муниципального управления



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
ДИСЦИПЛИНЫ  
*«Организация рекламной деятельности в АПК»*  
основной профессиональной образовательной программы

Направление подготовки бакалавра  
08.03.01 Строительство

Тип образовательной программы  
академический бакалавриат

Направленность (профиль) образовательной программы  
Промышленное и гражданское строительство

Форма обучения:  
заочная

Санкт-Петербург  
2018

Автор

Доцент

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Манджиева Р.Д.

Рассмотрена на заседании кафедры регионального муниципального управления от 22 мая 2018 г., протокол № 10.

Заведующий кафедрой

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Донец Н.Ю.

СОГЛАСОВАНО

Зав. библиотекой

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Позубенко Н.А.

Начальник отдела

технической поддержки

ЦИТ

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Чижиков А.С.

## СОДЕРЖАНИЕ

1 Цели освоения дисциплины.....	с. 4
2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	5
4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	7
5 Содержание дисциплины, структурируемое по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	11
9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	11
10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	11
11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	12
12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	12

## ***1. Цели освоения дисциплины***

Целью освоения дисциплины «Организация рекламной деятельности в АПК» являются:

- дать знания, необходимые для осуществления эффективных коммуникаций (обмен информацией между людьми) в сфере агробизнеса;
- освоить передовые средства и методы коммуникаций, изучить основные достижения теории и практики рекламы и рекламной деятельности в АПК.

## ***2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы***

Дисциплина «Организация рекламной деятельности в АПК» участвует в формировании следующей следующей компетенций:

- 1) способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- 2) способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- 3) способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- 4) способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и математического (компьютерного) моделирования, теоретического и экспериментального исследования) (ОПК-1).

В результате освоения компетенции (ОК-5) обучающийся должен:

знать: о роли и значении коммуникаций на предприятии;

уметь: непротиворечиво излагать как в письменной, так и устной форме свои мысли;

владеть: приемами доказательного рассуждения.

В результате освоения компетенции (ОК-6) обучающийся должен:

знать: психологические и социальные факторы, влияющие на коммуникации;

уметь: правильно формировать коммуникационный стиль своего поведения;

владеть: навыками письменных коммуникаций – письма, служебные записки, отчеты.

В результате освоения компетенции (ОК-7) обучающийся должен:

знать: методы и приемы аргументации;

уметь: аргументированно отстаивать свое мнение;

владеть: приемами доказательного рассуждения.

В результате освоения компетенции (ОПК-1) обучающийся должен:

знать:

– принципы и методы рекламной деятельности в АПК;

– средства распространения рекламной информации;

уметь: грамотно использовать в своей деятельности формы устных и письменных коммуникаций;

владеть:

– методами логических исследований.

– навыками создания рекламы

### ***3 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы***

3.1 Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### *1) Философия*

Знания:

– важнейших философских понятий и методов селекции и оценки оснований собственного мировоззренческого становления;

– научные, философские, религиозные картины мира;

– движущих сил и закономерностей исторического процесса;

– места человека в историческом процессе, политической организации общества;

– роли насилия и ненасилия в обществе, нравственных обязанностей человека;

– специфики многообразных культур и цивилизаций и их взаимодействия;

Умения:

– самостоятельно составлять тексты докладов, рефератов и выступлений по философским темам, находить ответы в различных источниках (философских словарях, энциклопедиях, научных статьях, монографиях);

– ориентироваться в системе философского знания как целостного представления об основах бытия и перспективах развития планетарного социума;

– понимать характерные особенности современного этапа развития философии;

Навыки:

– поиска, обработки и анализа необходимой информации;

– философского анализа различных типов мировоззрения, использования разнообразных философских методов для анализа тенденций в развитии современного общества;

## 2) *Социология*

Знания:

– современной исторической науки, ее специфики, методов исторического познания и роль в решении задач прогрессивного развития России в глобальном мире;

– важнейших политических ценностей;

– возможностей и условий участия граждан в политике;

– основных характеристик политического процесса в современной России;

– содержания процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;

Умения:

– применять исторические знания в профессиональной и общественной деятельности, поликультурном общении;

– выражать и обосновывать свою позицию по основным событиям или явлениям политической жизни; участвовать в дискуссиях по актуальным вопросам, проблемам и перспективам развития и т.п.;

– планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности;

Навыки:

– владения исторической реконструкции с привлечением различных источников;

– владения политической терминологией; культурой мышления;

– владения технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.

3.2 Перечень последующих учебных дисциплин, практик, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

1) Государственная итоговая аттестация.

**4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы/72 часа.

Объем дисциплины  
заочная форма обучения

Виды работ	№8 семестр	Всего, часов
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем, в т. ч.</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<i>Занятия лекционного типа</i>	8	8
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>	

**5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества академических часов и видов учебных занятий**

№ раздела	Название раздела (темы)	Содержание раздела	Вид учебной работы	Количество часов		
				очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
1	2	3	4	5	6	7
1	Внутренний маркетинг, Внешний маркетинг, Интерактивный маркетинг	<b>Внешние (классические)</b> – масс-медиа, PR, директ-маркетинг, позволяющие донести до клиентов (потенциальных или существующих) информацию о компании и предоставляемых ею товарах и услугах; <b>интерактивные</b> – общение клиента с представителями компании (контактным персоналом), WOM-коммуникации («сарафанное радио»), которые позволяют уточнить реальные потребности клиента и	Л СР			1 9

1	2	3	4	5	6	7
		<p>правильно скорректировать его ожидания в отношении процесса взаимодействия с компанией;</p> <p><b>внутренние</b> – взаимоотношение руководства компании с контактными персоналом, коммуникации между подразделениями компании, которые позволяют организовать внутренний процесс взаимодействия в компании, т.е. донести до всех сотрудников информацию о целях и задачах как компании в целом, так и каждого подразделения в отдельности, организовать процесс продажи «внутренних услуг».</p>				
2	Реклама, PR, стимулирование сбыта и личная продажа	<p>Реклама — яркое явление современности: всепроникающее, вездесущее, профессиональное. Роль рекламы возрастает в условиях: рыночной экономики, конкурентной среды, постоянного обновления ассортимента товаров, усложнения устройства и конструкций многих технически сложных изделий, товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения.</p>	Л СР			1 9
3	Рекламный рынок, ВТО и реклама	<p>Рекламный рынок Европы: наружная реклама, Интернет, газеты, журналы, ТВ, радио и др.</p> <p>Российский рекламный рынок: Доля телепрограммы.</p>	Л СР			1 9



1	2	3	4	5	6	7
		<p><b>Среднесуточная доля телеканала Основные определения. Рейтинг телепрограммы.</b> Доля рекламного рынка в ВВП как индикатор развития национальной экономики, реклама как катализатор развития бизнеса и экономики.</p> <p>Идея ВТО. Функции ВТО. Последствия вступления России в ВТО. Реальная конкурентная борьба и, как следствие, удешевление товаров в рублях, приближение к европейским уровням. Снижение таможенных пошлин на товары повседневного спроса.</p>				
4	Базовые понятия курса и основные этапы развития рекламы	<p>Нужда, потребность, потребитель, бриф, сделка, рынок, маркетинговые цели, разновидности агромаркетинга; факторы, воздействующие на развитие продовольственной системы, реклама в коммуникационной политике. Древние времена – доведение информации до населения; средние века – личная продажа как основной вид коммуникации; реклама в новое и новейшее время</p>	Л СР			2 9
5	Основы организации рекламной деятельности	<p>Функции социальной коммуникации; основные (прямой маркетинг, PR, стимулирование сбыта, реклама) и синтетические (брендинг, спонсорство, участие в выставках и ярмарках, интегрированные МК в</p>	Л СР			1 9

1	2	3	4	5	6	7
		местах продажи) средства маркетинговых коммуникаций; сравнительная оценка воздействия средств МК на потребителя				
6	Рекламное обращение: основные этапы и технологии процесса разработки	Рекламное обращение; характеристики процесса разработки рекламных посланий: творческий характер, научный подход; медиа-планирование;; мотивация адресата;	Л СР			1 9
7	Основные понятия рекламного менеджмента	Эффективность рекламы; прибыль от рекламы; сущность рекламного менеджмента – системный подход, субъекты рекламного менеджмента, объекты управления, функциональный аспект; информационное обеспечение рекламы;	Л СР			1 10

Л – занятия лекционного типа; СР – самостоятельная работа обучающегося.

### ***6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине***

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1) Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник для студ. бакалавриата ВПО, обучающихся по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под ред. Ф. И. Шаркова. - Москва: Дашков и К, 2012. - 485 с.: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 474-485. - ISBN 978-5-394-01185-6: 450-00.

### ***7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине***

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлен в приложении к рабочей программе по дисциплине «Организация рекламной деятельности в АПК».

## ***8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины***

Основная учебная литература:

1. Грядовой Д. И. Логика [Электронный ресурс]: задачи и упражнения: учебное пособие / Д. И. Грядовой, Н. В. Стрелкова. — М.: Юнити-Дана, 2015. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115410>.

Дополнительная учебная литература:

1. Лаврикова И. Н. Логика [Электронный ресурс]: учимся решать: учебное пособие / И. Н. Лаврикова. — М.: Юнити-Дана, 2015. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115412>.

## ***9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины***

- 1) Электронная библиотека. — Режим доступа: <http://www.bookol.ru>;
- 2) Электронная библиотека. — Режим доступа: <http://modernlib.ru>;
- 3) <http://www.reklamaster.com/articles/> - Первый портал о маркетинге и рекламе;
- 4) <http://www.rwr.ru/> - Реклама в России;
- 5) <http://www.advi.ru> – Рекламные идеи;
- 6) <http://www.consultant.ru/popular/advert/> - Федеральный закон о рекламе.

## ***10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины***

Современным средством сближения теоретического и практического обучения является мультимедийное сопровождение лекций, которое позволяет визуализировать процесс формирования ожидаемых эксплицитных знаний, пробуждает к активному действию ассоциативное восприятие учебного материала. Из мнемоники известно, что чем больше органов чувств участвует в запоминании объекта, тем легче и прочнее запоминание. Таким образом, лекции с мультимедийным сопровождением, воздействуя уже на два органа чувств (не только уши, но и глаза) значительно облегчают запоминание материала, по сравнению с традиционными. Возможности эффектов анимации позволяют «оживить картинки» и сделать изображение еще более наглядным и доступным для понимания. Кроме того, выведение на экран организационных вопросов (таких как запись вопросов лекции и

рекомендуемой литературы, вопросов для самопроверки и др.) позволяет значительно экономить аудиторное время.

Использование такой интерактивной формы проведения занятий, как «мозговой штурм», позволяет задействовать все творческие возможности студенческой группы и, используя рекомендации преподавателя, получить в результате эффективный рекламный продукт. Посредством совместной деятельности обучающихся и преподавателя, отличающихся друг от друга опытом, знаниями, создаются необходимые условия для синергетического эффекта — „качественного умножения“ знания (целое есть больше, чем сумма частей, его составляющих).

### ***11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем***

Информационные технологии:

1) презентации, выполненные в MS Power Point.

Программное обеспечение:

1) Операционная система MS Windows XP SP3;

2) Операционная система MS Windows 7 SP1;

3) Операционная система MS Windows 8 Prof;

4) Операционная система MS Windows 10 Prof;

5) Пакет офисных приложений MS Office 2007;

6) Пакет офисных приложений MS Office 2013;

Информационные справочные системы:

1) «КонсультантПлюс». Информационно-правовой портал. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;

2) «Гарант». Информационно-правовой портал. — Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

### ***12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине***

Компьютерно-лингфонный класс (196601, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, 2, лит. А, ауд.124, 1 учебный корпус):  
Компьютер в комплектации: системный блок ПК 1 + Монитор 18.5 PHILIPS 191 EL2SB/00 Black + мышь Genius Xscroll USB (40 шт.); интерактивная доска Hitachi FX-63(1 шт.); видеопроектор Sanyo PLCWXU300 (1 шт.); доска маркерная MAGNETOPLAN 100\*200 (1 шт.)