

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 18.05.2025 17:12:01 Уникальный программный ключ (специальности) 38.03.02 "Менеджмент" 04c19ed8bf98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	МИНОВЕР НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Менеджмент в рекламной деятельности" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 "Менеджмент" направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Менеджмент в рекламной деятельности

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2024

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2024 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, товароведной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: ФТД.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Поведение потребителя

Информационные технологии в профессиональной деятельности

Современные маркетинговые технологии

Анализ конкурентоспособности предприятия

Маркетинговый анализ данных

Рекламная деятельность

Маркетинг

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Преддипломная практика

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Бизнес аналитика в цифровой экономике

Современные маркетинговые технологии

Моделирование бизнес-процессов

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-5: Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Знать:

Знать современные технологии и программные средства при решении профессиональных задач

Уметь:

Уметь использовать при решении профессиональных задач современные технологии и программные средства, включая управление крупными массивными данными и их интеллектуальный анализ

Владеть:

Владеть навыками применения современных технологий и программных средств, включая управление крупными массивными данными и их интеллектуальный анализ при решении профессиональных задач

ПК-1: Владеет технологией проведения маркетингового исследования

Знать:

Знать: принципы маркетинговых технологий как управленческой деятельности

Уметь:

осуществлять тактическое управление процессами организации логистических систем, сетей и цепей поставок в транспортной логистике

Владеть:

навыками тактического управления процессами организации логистических систем, сетей и цепей поставок в транспортной логистике

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:

3.1.1 организацию процесса управления и подготовки рекламных коммуникаций



Рабочая программа дисциплины "Менеджмент в рекламной деятельности" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 "Менеджмент" направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		стр. 4
3.1.2	теоретические аспекты управления реализацией стратегии интернет-продвижения в рекламной деятельности	
3.2 Уметь:		
3.2.1	применять знания для управления рекламными коммуникациями с использованием инструментов комплекса маркетинга,	
3.2.2	осуществлять тактическое управление стратегиями продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «интернет»	
3.3 Владеть:		
3.3.1	навыками управления и формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации в рекламных коммуникациях	
3.3.2	методами корректировки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «интернет» в рекламных кампаниях	

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72 в том числе : аудиторные занятия : 34 самостоятельная работа : 34,5 : контактная работа: 37,5 ИКР: 3,5	Виды контроля в семестрах: зачеты 7

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Кварт	Часов	Литература
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента рекламной деятельности				
1.1	Цели и задачи менеджмента в рекламной деятельности /Лек/	7	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1
1.2	Управление рекламой как маркетинговая технология /Лек/	7	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1
1.3	Определение целей и задач рекламной кампании в зависимости от специфики рекламируемых товаров, работ, услуг /Ср/	7	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э2
1.4	Правовое регулирование рекламной деятельности /Лаб/	7	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э3
1.5	Теоретические основы рекламной деятельности /Ср/	7	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1
Раздел 2. Методические основы менеджмента рекламной деятельности				
2.1	Особенности современного рынка рекламы /Лек/	7	10	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э3



Рабочая программа дисциплины "Менеджмент в рекламной деятельности" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 "Менеджмент" направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 5
2.2	Техническое обеспечение и возможности средств рекламы /Ср/	7	14,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э2
2.3	Приемы и методы оценки эффективности средств рекламы /Лаб/	7	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э2
2.4	Планирование и юридическое управление рекламных кампаний /Ср/	7	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1
2.5	Методические основы рекламной деятельности /Ср/	7	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
Раздел 3. Иная контактная работа				
3.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	7	3,5	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Тестовые задания
Контрольные задания

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

1. Проанализируйте по одному рекламному сообщению (ролику): -на радио;-на телевидении;-в печатных СМИ;-в Интернете. Примерная схема анализа:
- 1) Назовите канал распространения рекламы.
 - 2) Выделите характерные признаки, форму подачи, стилистические особенности сообщения.
 - 3) Кто (или что) является объектом рекламы. Насколько удалось раскрыть позитивные стороны героя, события, явление, продукта и т.д. перед аудиторией.
 - 4) Насколько была сложна, по-вашему, работа автора(ов)?
Является ли работа над раскрытием идеи залогом успеха?
 - 5) Чем лично Вас привлек этот рекламный материал. Какие чувства, эмоции остались у вас, как у зрителя, слушателя, читателя, после просмотра (про-чтения) этого материала?
 - 6) Как нужно регулировать рекламное сообщение
2. Разработайте рекламное сообщение для привлечения абитуриентов на экономический факультет ЧЕЛГУ.
3. Подготовьте план создания рекламного агентства.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

1. Радиоролик – это:
- а) информация, зачитываемая диктором
 - б) специально разработанный игровой радиосюжет, излагающий определенную информацию
 - в) тематическая радиопередача информационно-рекламного характера
- Ответ: б
2. Основную информацию в рекламе на радио необходимо дать в первые:
- а) 15 секунд
 - б) 10 секунд
 - в) 30 секунд
- Ответ: б
3. Последовательность в радиосообщении должна быть такой:
- а) что, как, где
 - б) где, как, что
 - в) как, что, где
- Ответ: а
4. В рекламном объявлении на радио лучше использовать:



а) деловой стиль

б) сленг, жаргон

в) разговорный стиль

Ответ: в

5. Наиболее подходящее эфирное время для размещения ролика, целевой аудиторией которого является молодежь:

а) с 6.00 до 9.00

б) с 9.00 до 12.00

в) с 12.00 до 16.00

г) с 16.00

Ответ: г

6. Наибольшего развития рекламные технологии достигли в:

А) Евросоюзе

Б) США

В) России

Г) Китае

Д) Японии

Ответ: б

7. К целям рекламы не относят:

А) информирующую

Б) увещательную

В) развивающую

Г) подкрепляющую

Д) напоминающую

Ответ: в

8. Консьюмеризм – это:

А) движение по защите от засилья рекламы

Б) процесс производства рекламы на ТВ

В) движение по защите прав потребителей

Ответ: в

9. Что относится к рекламным элементам:

А) ТВ, радио

Б) содержание, форма

В) технический носитель

Г) текст

Ответ: б

10. Многократное издание размером не более одного листа, рассчитанное на кратковременное использование, это:

А) каталог

Б) проспект

В) брошюра

Г) буклет

Ответ: г

11. На кого в большей степени воздействует реклама?

А) людей с более высоким уровнем развития

Б) людей с низким уровнем развития

В) пенсионеров

Ответ: а

12. Стандартный рекламный ролик составляет:

А) 10 сек.

Б) 60 сек

В) 30 сек

Г) 15 сек.

Ответ: в

13. Для какого вида рекламы свойственно отсутствие конкретной целевой аудитории?

А) ТВ

Б) печатная реклама

В) наружная реклама

Г) радиореклама

Ответ: в



14. «Реклама» в переводе с латинского означает:

- а) торговля
- б) продажа
- в) выкрикивать
- г) продвижение

Ответ: в

15. В каком году был принят «закон о рекламе»:

- А) 1991
- Б) 1995
- В) 1997
- Г) 2002

Ответ: б

16. Какие передачи запрещено прерывать рекламой?

- А) ток-шоу
- Б) художественные фильмы
- В) детские передачи
- Г) новости

17. Сколько процентов площади экрана должна занимать бегущая строка?

- А) 5 %
- Б) 10 %
- В) 7 %

Ответ: в

18. Размещение наружной рекламы требует разрешения:

- А) ГИБДД
- Б) специального территориального органа
- В) федерального органа

19. Выберите верное определение: «Лицо, до которого доводится реклама с целью воздействия» –

- А) рекламодатель
- Б) рекламодателем
- В) рекламопроизводитель
- Г) потребитель рекламы

Ответ: г

20. К какому виду ненадлежащей рекламы относятся некорректные сравнения с товарами других производителей?

- А) недобросовестная
- Б) недостоверная
- В) неэтичная
- Г) скрытая

Ответ: а

21. На какой вид внимания воздействует цвет и размер рекламируемого товара?

- А) произвольное
- Б) непроизвольное
- В) послепроизвольное

Ответ: б

22. Какой вид рекламы использует 25 кадр?

- А) заведомо ложная
- Б) скрытая
- В) недостоверная
- Г) недобросовестная

Ответ: б

23. Ведущий регулирующий орган в сфере рекламы:

- А) Федеральная торговая комиссия
- Б) Комиссия по безопасности потребительских товаров
- В) Международная торговая палата

Ответ: а

24. Какое из этих средств в системе маркетинговых коммуникаций не относится к основным:

- А) реклама
- Б) PR
- В) прямой маркетинг
- Г) выставки и ярмарки



Д) стимулирование сбыта

Ответ: г

25. В каком году был принят международный кодекс рекламной практики?

- А) 1980
- Б) 1990
- В) 1986

Ответ: в

26. Какое сочетание цветов, с точки зрения психологии рекламы, привлекает больше внимания мужчин?

- А) красно-желтый
- Б) красно-синий
- В) черно-белый
- Г) сине-желтый

Ответ: г

27. Контрреклама осуществляется:

- А) в связи с предстоящими выборами
- Б) в случае установления факта нарушения закона
- В) в случае, когда нужно сбыть товар в кратчайший срок

Ответ: б

28. Какая реклама финансируется благотворительными учреждениями:

- А) коммерческая
- Б) производственная
- В) бытовая
- Г) некоммерческая

Ответ: г

29. В современной трактовке коммуникации есть:

- А) ограничивающее конкуренцию соглашение между предприятиями
- Б) социально обусловленный процесс передачи информации и ее восприятие в условиях межличностного общения
- В) форма обеспечения обязательств предпринимателя

Ответ: б

30. Какие приемы для достижения своих целей использует коммерческая пропаганда?

- А) связь со СМИ
- Б) участие представителей фирмы в работе съездов и конференций
- В) организация всевозможных мероприятий событийного характера
- Г) все ответы верны

Ответ: г

31. Что представляет из себя система приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки?

- А) коммерческая пропаганда
- Б) стимулирование сбыта
- В) посредничество
- Г) PR

Ответ: б

32. К какому термину подходит данное определение: « Неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций на радио, ТВ или с помощью иных средств, не оплачиваемых спонсором»?

- А) реклама
- Б) стимулирование сбыта
- В) личная продажа
- Г) публицити
- Д) прямой маркетинг

Ответ: г

33. К какому рекламному средству относится каталог?

- А) наружная реклама
- Б) печатная реклама
- В) реклама в прессе
- Г) прямая почтовая реклама

Ответ: б

34. На какой тип адресатов направлены sales promotion?

- А) торговые посредники
- Б) потребители



В) собственный торговый персонал

Г) все ответы верны

Ответ: г

35. Какие из приемов поощрения не направлены на потребителей?

А) скидки с цены

Б) раздача образцов

В) бонусные скидки

Г) участие в распространении рекламы

Ответ: г

36. Определите эффективность рекламы (в %) при условии, что прирост прибыли фирмы составил 625 тыс. руб. Расходы на рекламу были следующие:

- прямая почтовая реклама: разослано 80 тыс. рекламных листовок (изготовление, печатание обошлось по 10 коп/шт, рассылка стоила 1 руб. за шт.

- телевизионная реклама: тариф за 1 мин. Демонстрации по ТВ стоит 7 тыс. руб. Заключен договор на 5 дней показа, причем каждый день реклама занимала в сумме 5 мин. Эфирного времени.

- рекламные объявления в прессе: тариф на 1 кв. см. газетной площади – 200 руб., объявления занимают общую площадь 120 кв. см.

Ответ: 217 %

37. Прибыль предприятия в течение 2010 года была устойчивой и в среднем составила 300 тыс. руб. в месяц. Была проведена рекламная кампания, которая обошлась в 130 тыс. руб., после чего прибыль удвоилась. Определите эффективность рекламной кампании (в %).

Ответ: 231 %

6.4. Критерии оценивания

Критерии оценивания тестовых заданий:

"Не зачтено": Набранная сумма баллов (% выполненных заданий) (макс – 100) < 60 "Зачтено": Набранная сумма баллов (% выполненных заданий) (макс – 100) >= 60

Критерии оценивания контрольных заданий:

1) Полнота ответа

Ответ обучающегося полностью раскрывает задание - 2 б. Ответ частично раскрывает задание - 1 б.

Ответ не раскрывает задание или не соответствует заданию - 0 б.

2) Самостоятельность

Ответ выполнен полностью самостоятельно, не содержит прямого копирования внешних источников - 2 б. Ответ выполнен самостоятельно, содержит частичное копирование внешних источников - 1 б. Ответ полностью состоит из материала, скопированного из внешних и источников - 0 б.

3) Соответствие примеров заданию

Ответ на задание содержит примеры, которые соответствуют заданию и разработаны обучающимся самостоятельно - 2 б.

Ответ на задание содержит примеры, которые не полностью соответствуют заданию, либо разработаны не самостоятельно - 1 б.

Ответ на задание не содержит примеров, либо примеры неверны - 0 б.

"Не зачтено": Набранная сумма баллов (макс – 6) < 3 "Зачтено": Набранная сумма баллов (макс – 6) >= 3

Требования (критериальные показатели) к уровням освоения программы

«Зачтено» – студент владеет содержанием учебного материала; умеет связывать теорию с практикой, решает задачи, теоретические выводы подтверждает примерами, фактами, данными научных исследований; осуществляет межпредметные связи, предложения. Делает выводы логично, четко. Ясно и кратко излагает ответы на поставленные вопросы; умеет обосновывать свои суждения и профессионально-личностную позицию по излагаемому вопросу. Ответ носит самостоятельный характер.

«Не зачтено» – студент имеет разрозненные, бессистемные знания: не умеет выделять главное и второстепенное; допускает ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажает их смысл; не ориентируется в нормативно-концептуальных, программно-методических, исследовательских материалах, беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с практикой; не умеет применять знания для обоснования и объяснения фактов, не устанавливает межпредметные связи.

Студент может получить отметку «Зачтено» по результатам оценки текущей успеваемости в течение семестра

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их



здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;
- в печатной форме на языке Брайля. Для лиц с нарушениями слуха:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: - в печатной форме,
- в форме электронного документа, - в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме на языке Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика); б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно на языке Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Ромат Е. В.	Реклама: [учебное пособие]	Санкт- Петербург : Питер, 2008	
Л1.2	Ромат Е. В., Сендеров Д. В.	Реклама: теория и практика: [для бакалавров и специалистов : учебник для вузов]	Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013	
Л1.3	Толкачев А. Н.	Рекламная деятельность: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488294)	Орел : Издательство Орловского филиала РАНХиГС, 2015	ЭБС
Л1.4	Марусева И. В., Кокарева А. В.	Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282)	Москва, Берлин : Директ-Медиа, 2019	ЭБС
Л1.5	Музыкант В.Л.	Реклама: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=354352)	Москва : Издательский Центр РИОР, 2019	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Уэллс У., Бернетт Дж., Мориарти С., Кузин В., Богомолова Л.	Реклама: принципы и практика: [учебник]	Санкт- Петербург: Питер, 2008	



	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.2	Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С., Артюх М., Бугаев М., Бугаева Е.	Реклама: теория и практика	Санкт-Петербург : Питер, 1999	
Л2.3	Гольман И. А.	Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности: записки московского рекламиста	Москва: Гелла-принт, 1996	

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	www.iqlib.ru
Э2	www.marketolog.ru
Э3	www.rbc.ru

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat
Adobe Reader

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется с использованием средств обучения общего назначения:
- аудитории для проведения лекционных и практических занятий 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки);
- компьютерные классы;
- лаборатория кафедры учета и финансов, оборудованная компьютерами (для самостоятельной работы студентов).

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<p>Дисциплину «Менеджмент в рекламной деятельности» студенты усваивают, используя три формы обучения: лекции, практические и лабораторные занятия. Каждая из форм имеет свои особенности.</p> <p>Для студентов очного отделения рекомендуются в основном обзорные лекции, раскрывающие содержание тем и вопросов в соответствии с учебной программой.</p> <p>По отдельным темам можно рекомендовать проблемные лекции, в которых упор делается на постановку наиболее важных проблем, раскрытие их сущности и путей решения.</p> <p>Преподавателю необходимо также учитывать возможности самостоятельной работы студентов, рекомендуя некоторые вопросы для самостоятельного рассмотрения. Прежде всего, это вопросы, которые достаточно часто обсуждаются в прессе и других средствах массовой информации. Необходима при этом обеспеченность студентов необходимой литературой. В процессе занятий преподавателю рекомендуется использовать различные активные и интерактивные формы обучения, такие как деловые игры, работа в малых группах, дискуссии, разбор документов, интерактивная лекция и др. Повышенная роль самостоятельной работы студентов требует организации консультаций со стороны преподавателей. Поэтому преподавателю важно устанавливать консультационные дни, когда любой студент может прийти с соответствующими вопросами.</p> <p>Каждый студент должен использовать все формы учебных занятий – как аудиторных, так и внеаудиторных.</p> <p>Основной формой являются лекции, на которых лектор дает основные знания по изучаемой дисциплине. Вот почему для каждого студента важно посещение лекций и активная работа на них. Она предполагает конспектирование лекций.</p> <p>Конспектирование не есть дословная запись того, о чем говорит лектор. Это письменный пересказ лекции своими словами. Хотя отдельные фрагменты, например, определения понятий и категорий, необходимо записывать дословно. То, что конспект это пересказ своими словами содержания лекции, означает необходимость понимания того, о чем говорит лектор, осмысления сказанного, без чего невозможно изложение услышанного. Поэтому при непонимании отдельных фрагментов лекции необходимо обращаться к лектору, с просьбой повторить или разъяснить непонятый фрагмент. Важность лекции как формы обучения предполагает обязательность посещения лекций. В случае отсутствия по уважительным причинам необходимо обращение к конспекту своего товарища. Полезно также обращаться к преподавателю за консультациями в случае возникновения трудностей в понимании пропущенной темы. Результаты работы студентов подводятся в ходе их промежуточной и итоговой аттестации. Промежуточная аттестация обычно проводится два раза в семестр – в октябре и декабре. В случае если студент не</p>



прошел аттестацию, он будет не допущен к зачету.

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 является важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.

1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EIBraile-W14J G2»; ноутбуки с программой экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, наушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).



В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется 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 направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

