

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Северо-Осетинский государственный университет  
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Планирование рекламных и PR-кампаний»**

**Направление/специальность 38.03.02 Менеджмент**

**Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр**

Владикавказ

2021

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению (специальности) 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20г. N 970, учебным планом подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 Менеджмент, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 29.04.2021г. (протокол № 11)

Составители: к.э.н., доцент Кучиева И.Х.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры Менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от « 12 » апреля 2021 г. № 6).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «15» апреля 2021г. № 7)

*Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 29.04.2021, протокол № 11. Утверждена приказом СОГУ от 30.04.2021, № 106 .*

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет -7 зачётных единиц (252 часа).

	Очная Форма обучения
Курс	4
Семестр	7/8
Лекции	36/22
Практические занятия	36/22
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	72/44
Самостоятельная работа	36/100
Курсовая работа	-
Зачет	+/+
Экзамен	-
Общее количество часов	252 часа

## 2. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: – раскрыть основные теоретические понятия, обучить методике организации и планирования рекламной деятельности и организации и планирования кампаний продвижения - выявление, формирование и удовлетворение потребностей для организации и планирования рекламной деятельности.

Задачами изучения дисциплины являются

- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- участие в реализации проектов в области организации и планирования рекламной деятельности;
- проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий, выбор и разработка средств рекламы при организации и планирования рекламной деятельности;
- анализ и оценка рекламной деятельности для разработки коммуникационной стратегии;
- проведение исследований в процессе организации и планирования рекламной деятельности.

## 3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Планирование рекламных и PR-кампаний» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.ДВ.16.02.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, полученные обучающимися на бакалавриате, в результате освоения дисциплины: «Теория и практика рекламы», «Маркетинг территорий», «Маркетинговые исследования» также возможна опора на курсы: «Организация малого бизнеса», «Выразительные средства рекламы и PR».

## 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Владеет навыками подготовки и реализации инвестиционного проекта (бизнес-плана) создания и развития новых продуктов (услуг), направлений деятельности (организаций) (ПК-10).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми

компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
Код	Формулировка	Знать:	Уметь	
ПК-10	Владеет навыками подготовки и реализации инвестиционного проекта (бизнес-плана) создания и развития новых продуктов (услуг), направлений деятельности (организаций)	ПК-10. 3-1 Знает методы и модели управления инвестиционными проектами, ПК-10. 3-2 Знает основы стратегического менеджмента в рамках реализации инвестиционного проекта ПК-10. 3-3 Знает методы анализа и оценки достоверности информации для разработки инвестиционного проекта; ПК-10. У-1	ПК-10. У-1 Умеет разрабатывать сценарии реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды; ПК-10. У-2 Умеет выбирать контрольные точки, позволяющие оценивать степень реализации инвестиционного проекта, составлять планы контроля; ПК-10. У-3 Умеет оценивать социальный эффект от реализации инвестиционного проекта; ПК-10. У-4 Уметь рассчитывать основные факторы риска в рамках реализации инвестиционного проекта.	

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер недел и	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Баллы		Лите ратур а
		л	пр	Содержание	Часы		min	max	
1.	<b>Тема 1. Стратегическое планирование.</b> План рекламной кампании 1. Сущность стратегического планирования деятельности организации. Основные документы стратегического планирования: бизнес- план, план маркетинга, план рекламы. 2. Виды планирования реklamной деятельности: годовой план рекламы, план реklamной кампании, план создания отдельного реklamного сообщения. 3. Понятие реklamной кампании. Виды реklamных кампаний. 4. План рекламной кампании.	8	8	Рекламное агентство и его роль в организации реklamной деятельности Ра как важная составляющая РД. Функции РА. Сильные и слабые стороны в организации РА. Типы реklamных агентств	18	Опрос. Учебная дискуссия.		<b>20</b>	А) 1 Б) 1-2
2.		8	8					<b>20</b>	
3.	<b>Тема 2. Информационное обеспечение реklamной деятельности</b> 1. Понятие маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Внутренние и внешние источники информации о	8	8	Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности Документы для проведения переговоров с заказчиком. Этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение. Производственная документация рекламной фирмы. Договор, счет с описанием работы и условий ее выполнения.	18	Рефераты, презентац ии, доклады		<b>20</b>	А) 1 Б) 1-2

4.	деятельности организации. 2. Ситуационный анализ как начальный этап планирования рекламы. 3. Направления ситуационного анализа.	8	8	Бланки-заказы на производство и размещение рекламы				20	
5.	4. Анализ целевых аудиторий. Факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение. Стили потребления. 5. Стратегические цели рекламной кампании.	4	4						
	<b>Всего 1 семестр</b>	36	36		36			<b>100</b>	
	<b>Тема 3. Анализ конкурентов в рекламе</b> 1. Понятие конкурентной среды. Типы конкуренции. 2. Конкурентоспособность товара/услуги. Критерии конкурентоспособности. 3. Методы анализа конкурентной среды. 4. Направления анализа рекламной деятельности конкурентов. 5. Особенности организации анализа рекламной деятельности конкурентов.	10	10	Организация и планирование кампаний продвижения План кампании продвижения. Анализ маркетинговой ситуации. Разработка целей кампании. Разработка рекламной стратегии. Разработка рекламного бюджета. Методы исчисления рекламного бюджета. Разработка плана контролирующих и исследовательских мероприятий.	20	Рефераты, презентации, доклады			А) 1 Б) 1-2
	<b>Тема 4. Сегментирование рынка потребителей в рекламной деятельности.</b> 1. Понятие целевой аудитории. Типы целевых аудиторий. Сущность и этапы процесса	12	12	Рекламный менеджмент и его функции Особенности менеджмента продаж рекламных возможностей Особенности управления креативом	20	Рефераты, презентации, доклады			А) 1 Б) 1-2

	сегментирования рынка. 2. Критерии сегментирования рынка потребителей. 3. Критерии сегментирования рынка B2B (рынка товаров промышленного назначения). 4. Методы, используемые для сегментирования рынка.								
				Разработка структуры РД рекламодателем. Разработка централизованной структуры рекламной деятельности. Разработка децентрализованной структуры рекламной деятельности. Разработка структуры рекламной деятельности для малых, средних и крупных предприятий	20				A) 1 Б) 1-2
				Рекламная деятельность региональных рекламодателей Региональные рекламные агентства: классификация, функции, направления деятельности	20				
				Ценовая политика рекламных агентств на региональном рынке Организация документооборота на примере рекламного агентства Креативные кампании продвижения на региональном рынке. Эффективность региональных рекламных кампаний	20				
	<b>Всего за 2 семестр</b>	<b>22</b>	<b>22</b>		<b>100</b>			<b>100</b>	

**Примечания:**

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

## 6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

**Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия** с использованием современных интерактивных технологий.

**Лекция-диалог** – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

**Онлайн-семинар** – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

**Видеоконференция** – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

**Видео-лекция** – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

**Технология электронного обучения** (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

**Творческое задание** составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

**Публичная презентация проекта** - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

**Интерактивная лекция** представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения:

1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

**Разработка проекта** позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.



**Проблемное обучение** - поиск ответов на вопросы по теме.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

## **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

*Текущий контроль* – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или для выяснения степени усвоения изложенного материала.

*Рубежный контроль* осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра такие контрольные мероприятия проводятся по графику.

**Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Критерии оценивания представлены в таблице 8.1.

**Примеры тестовых заданий по дисциплине:**

**1. Определите, как соотносятся между собой план рекламы, план маркетинга и план маркетинговых коммуникаций организации?**

1. План маркетинга включает в себя план рекламы и план маркетинговых коммуникаций как

равноценные составные части.

2. План рекламы входит в план маркетинговых коммуникаций организации, который, в свою очередь, подчиняется плану маркетинга и строится на его основе.

3. План маркетинговых коммуникаций является наиболее общим документом, на основе которого разрабатывается план маркетинга. План рекламы входит в план маркетинга как составная часть.

**2. Организация, работающая на один четко определенный потребительский сегмент, придерживается политики:**

- 1) массового маркетинга;
- 2) дифференцированного маркетинга;
- 3) концентрированного маркетинга.

**3 Верно/неверно (напишите «да» или «нет» напротив каждого из высказываний):**

- 1) позиция торговой марки – это набор ассоциаций, которые потребитель связывает с торговой маркой;
- 2) рекламная кампания – это действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей;
- 3) в процессе сегментирования происходит формирование сегментов потребительского рынка, устойчивых по своим объединяющим признакам и обладающих набором выраженных характеристик.

**4. В результате сегментирования по психографическим критериям мы можем получить такие сегменты потребителей, как:**

- 1) домохозяйки, работающие женщины, учащиеся;
- 2) дети, подростки, молодежь, люди зрелого возраста, пенсионеры;
- 3) консервативные, достигающие, экспериментирующие, актуалитаторы;
- 4) мужчины, женщины.

**5. Определите, какие из критериев сегментирования не относятся к социально-демографическим:**

- 1) возраст;
- 2) образование;
- 3) социальный статус;
- 4) тип личности;
- 5) доход.

**6. Назовите товар с низкой степенью вовлеченности в процесс принятия решения о покупке:**

- 1) компьютер;
- 2) колбасные изделия;
- 3) канцтовары;
- 4) керамическая плитка.

**7. Укажите, какой из этапов процесса принятия решения о покупке может отсутствовать при импульсивном выборе товара потребителем (покупка с низкой степенью вовлеченности):**

- 1) осознание потребности;
- 2) поиск информации о товаре (услуге);
- 3) оценка альтернатив;
- 4) решение о покупке;
- 5) оценка покупки;
- 6) любой из этапов.

### БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1 модуля состоит из:	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10

• Самостоятельная работа	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	15
Текущая оценка студента в течение 2 модуля состоит из:	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работа	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	15
Устный зачет	30
<b>Итого</b>	<b>100</b>

### Методика формирования результирующей оценки.<sup>1</sup>

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

**1-я рубежная аттестация - максимально 35 баллов; из них:**

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

**2-я рубежная аттестация – максимально 35 баллов; из них:**

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов автоматически получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 20-50 баллов, для получения зачета по дисциплине сдают устный зачет в период проведения экзаменационной сессии по расписанию. За устный ответ на зачете студент получает 0-30 баллов, которые суммируются с баллами, полученными в ходе текущего и рубежного контроля. Студенты, набравшие в сумме текущего, рубежного контроля и устного зачета 50 и более баллов, получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля менее 20 баллов, не допускаются до сдачи устного зачета, и сдают зачет в установленном порядке.

### Методика формирования результирующей оценки

Таблица 8.1

Этап	Форма контроля	Критерии оценивания			
1. Текущий контроль (max 20 баллов за 1 модуль)					
		4 балла	3 балла	2 балла	0–1 баллов
	Посещение занятий (max 4 б.)	Студент посетил более 85% занятий	Студент посетил 71–85% занятий	Студент посетил 56–70% занятий	Студент посетил менее 56% занятий
		11–13 баллов	8–10 баллов	6–7 баллов	0–5 баллов
	Текущая работа в течение модуля (max 13б.)	Студент активно работает на занятиях, превосходно выполняет все задания преподавателя.	Студент активно работает на занятиях, хорошо выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, удовлетворительно выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, неудовлетворительно выполняет задания преподавателя.
		3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов
	Доклад, презентация (max 3б.) / опорный конспект	Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом.	Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень	Тема частично раскрыта. Удовлетворительное владение материалом. Низкий	Тема не раскрыта. Неудовлетворительно с владение материалом. Недостаточный

<sup>1 3</sup> В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (в действующей редакции)

	(max 36.)	Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения.	самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения.	уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения.	уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения.
<b>2. Рубежный контроль (15б. за 1 модуль)</b>					
		13–15 баллов	10–12 балл	8–9 баллов	0–7 баллов
	Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продemonстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продemonстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продemonстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.
<b>3. Итоговый контроль по дисциплине</b>					
		26–30 баллов	20–25 балла	15–19 баллов	0–14 баллов
	Экзамен / зачет	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	Дан полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Но допущены незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	Дан недостаточно полный ответ. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ и допущены грубые ошибки. Речь неграмотная. Уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов, автоматически получают «Зачет» или оценку «удовлетворительно». Для получения более высокого балла («хорошо» или «отлично») студент обязан явиться на экзамен и сдавать экзамен по шкале от 0-30 баллов в дополнение к накопленным за семестр баллам.

### Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов)	«Минимальный уровень» (50-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют,	<u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные,	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые,

умения и навыки не сформированы.	базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Описание критериев оценивания

Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		вопросов, присутствует неуверенность ответах. в	
<b>Оценка «неудовлетворительно » / не зачтено</b>	<b>Оценка «удовлетворительно » / «зачтено»</b>	<b>Оценка «хорошо» / «зачтено»</b>	<b>Оценка «отлично» / «зачтено»</b>

### **Вопросы для подготовки к зачету:**

1. Назовите основные типы конкуренции и дайте им характеристику.
2. Как можно определить понятие конкурентоспособности?
3. Каковы черты конкурентоспособного товара/услуги/организации?
4. Какие методы анализа конкурентной среды вам известны? Каковы возможности и ограничения применения данных методов?
5. Зачем нужно проводить исследования рекламной деятельности конкурентов? Для каких целей можно использовать данную информацию?
6. Какие источники информации о рекламной деятельности конкурентов вы знаете? Охарактеризуйте каждый из источников с точки зрения доступности и полезности.
7. Какие решения относительно конкурентов являются ключевыми с точки зрения
8. планирования рекламной кампании?
9. Является ли сегментирование рынка необходимой процедурой? Почему?
10. Во всех ли случаях необходимо проводить сегментирование рынка при планировании рекламных мероприятий?
11. Какие из групп критериев сегментирования наиболее полезны с точки зрения планирования рекламной деятельности?
12. В чем специфика сегментирования потребителей на рынке B2B?
13. Какие обязательные этапы включает в себя процедура сегментирования рынка потребителей
14. Какие трудности возникли в ходе анализа рекламной деятельности конкурентов?
15. Какие источники информации оказались наиболее доступными (наименее доступными)?
16. Какие источники информации наиболее полезны с точки зрения возможностей использования в целях организации рекламной деятельности?
17. Какие выводы можно сделать на основе собранной информации относительно целевых аудиторий, стратегии позиционирования, стратегии рекламирования?

## **9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература:**

1. Михин, В.Ф Маркетинг: курс лекций [Электронный ресурс] /. Е.В. Васькова - М. : МИСиС, 2019. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785876236289.html> Филип Котлер Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / - М. : Альпина Паблишер, 2019. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961450163.html>

### **б) дополнительная**

1. Запорожец Д.В., PR-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Назаренко, Д.С. Кенина и др. - Ставрополь : АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2018. Режим доступа: [http://www.medcollegelib.ru/book/stavgau\\_00161.html](http://www.medcollegelib.ru/book/stavgau_00161.html)
2. Байбардина, Т.Н Торговая реклама непродовольственных товаров [Электронный ресурс] : учеб.

пособие. / О.А. Бурцева, Т.Л. Процко - Минск : Выш. шк., 2016. -  
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850626530.html>

**в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:**

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

*Лицензионное программное обеспечение:*

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

*Перечень ПО в свободном доступе:*

1. Kaspersky Free;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.