

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет управления и экономико-технологического образования  
Кафедра менеджмента и экономики образования

«УТВЕРЖДАЮ»  
Проректор по учебной работе  
Ю. А. Жадаев  
«» 2016 г.

## Организация рекламной деятельности на малом предприятии

Программа учебной дисциплины  
Направление 38.03.02 «Менеджмент»  
Профиль «Управление малым бизнесом»

*очная форма обучения*

Волгоград  
2016

Обсуждена на заседании кафедры менеджмента и экономики образования  
«30» июня 2016 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой Сидорова Т.И. «30» июня 2016 г.  
(подпись) (подпись) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета управления и экономико-технологического образования «29» августа 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета Сидорова Т.И. «29» августа 2016 г.  
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»  
«29» августа 2016 г., протокол № 1

**Отметки о внесении изменений в программу:**

Лист изменений № <u>1</u>	<u>Сидорова Т.И.</u> (подпись)	<u>Сидорова Т.И.</u> (руководитель ОПОП)	<u>19.06.17г.</u> (дата)
Лист изменений № _____	_____	_____	_____
Лист изменений № _____	_____	_____	_____

**Разработчики:**

Телятникова Виктория Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ»..

Программа дисциплины «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Управление малым бизнесом»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 30 мая 2016 г., протокол № 13).

## **1. Цель освоения дисциплины**

Подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями в области задач, предъявляемых рынком к современным рекламным отделам и их сотрудникам, изучение работы рекламного подразделения малого предприятия и независимых рекламных агентств, изучение закономерностей развития и специфики работы рекламных отделов на малых предприятиях.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Деловые коммуникации», «Основы предпринимательской деятельности», «Управление предпринимательскими проектами», «Экономика и финансы малого предприятия», «Этика деловых отношений».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности малого предприятия», «Бухгалтерский учет, отчетность и налогообложение в малом бизнесе», «Инновационная деятельности на малом предприятии», «Основы управления малыми предприятиями сферы услуг», «Планирование деятельности малого предприятия», «Создание и организация малого предприятия», «Экономическая и информационная безопасность малого предпринимательства», прохождения практик «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационно-управленческая)», «Преддипломная практика».

## **3. Планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

– готовностью учитывать специфику ведения предпринимательской деятельности в сфере малого бизнеса в процессе управления производством, трудовыми и финансовыми ресурсами (СК-2).

### **В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

#### ***знать***

- специфику работы рекламного отдела малого предприятия;;
- знаниями в сфере управления и организации работы РО, планировании рекламных кампаний;;
- функциональные схемы организации рекламной деятельности в современных компаниях малого бизнеса;
- - умением творчески совершенствовать известные управленческие приемы.;
- знаниями в сфере управления и организации работы РО, планировании рекламных кампаний;;

**уметь**

- - выявлять новые сферы деятельности рекламного отдела;;
- - выявлять проблемные ситуации в организации работы рекламного отдела;;
- разрабатывать стратегические планы организации рекламной деятельности;;

**владеть**

- разрабатывать стратегические планы организации рекламной деятельности;;
- составлять план работы рекламного отдела, оценивать его эффективность, осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы дан-ных.;
- распределять обязанности каждого участника проекта и осуществлять полноценный кон-троль..

**4. Объём дисциплины и виды учебной работы**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	80	80
В том числе:		
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия (ПЗ)	48	48
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
<b>Самостоятельная работа</b>	100	100
<b>Контроль</b>	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧО
Общая трудоемкость	часы	180
	зачётные единицы	5
		180
		5

**5. Содержание дисциплины****5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Организация рекламной деятельности на предприятии	Маркетинговая направленность рекламной деятельности. Факторы выбора маркетинговой направленности рекламных мероприятий: факторы рынка, факторы потребителей, факторы товара. Рекламные исследования. Первичная и вторичная информация. Анализ рекламной деятельности конкурентов. Выработка концепции рекламной деятельности на основе исследований. Планирование рекламной деятельности предприятия. Рекламный бюджет предприятия и оценка эффективности рекламной деятельности.
2	Виды и средства рекламы	Товарная реклама. Политическая реклама. Социальная реклама. Интернет-реклама. Имиджевая реклама. Средства рекламы. Особенности развития средств рекламы в России. Классификация средств рекламы и их основные характеристики. Фирменный стиль и имиджевая реклама. Создание имиджа компании

		средствами рекламы. Внутренний и внешний имидж компании.
3	Специфика организации рекламной деятельности на малых предприятиях	Выбор маркетинговой ниши как условие начала успешной работы в рекламном бизнесе. Должностной состав штата рекламного отдела (РО) малого бизнеса, обязанности сотрудников. Методы минимизации налогообложения. Методы планирования финансовых показателей РО. Мотивация труда сотрудников РО. Планирование деятельности менеджеров по рекламе. Плюсы и минусы системы разделения труда в РО. Построение отношений с заказчиком. Договор – основа бесконфликтности. Рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель и потребитель рекламы. Разделение ответственности. Схемы управления рекламной деятельностью.

## 5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Организация рекламной деятельности на предприятии	10	16	–	34	60
2	Виды и средства рекламы	11	16	–	33	60
3	Специфика организации рекламной деятельности на малых предприятиях	11	16	–	33	60

## 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### 6.1. Основная литература

1. Памбухчиянц О.В. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17593>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 500 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24790>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Егорова Е.Н. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова Е.Н., Логинова Е.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8201>.— ЭБС «IPRbooks».

### 6.2. Дополнительная литература

1. Беляевский И.К. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Беляевский И.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2008.— 344 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10700>.— ЭБС «IPRbooks».

## 7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>).

## **8. Информационные технологии и программное обеспечение**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Информационно-справочная система "Гарант".
2. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).
3. Графический редактор.

## **9. Материально-техническая база**

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий.
2. Комплект мультимедийного презентационного оборудования.
3. Компьютерный класс для самостоятельной работы студентов, имеющий доступ к сети Интернет.

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

Дисциплина «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению

описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

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

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

## **12. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.