


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		



УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета института
 экономики и бизнеса УлГУ
 от « 18 » июня 2020 г., протокол № 233/10
 Председатель _____ Белый Е.М.
(подпись, расшифровка подписи)
 « 18 » июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Рекламное дело
Факультет	управления
Кафедра	управления
Курс	3

Направление (специальность) 38.03.02 Менеджмент
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) Стратегическое планирование и маркетинг
полное наименование

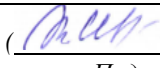
Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)


Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 01 » сентября 2020 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 17 июня 2021 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15 июня 2022 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	КУ	к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой управления
 / Иванова Т.Ю./ <i>Подпись</i> <i>ФИО</i> «11» _____ июня _____ 2020 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель курса «Рекламное дело» - формирование у студентов, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», знаний основ современной теории рекламной деятельности и первоначальных навыков ее практического использования. Позиционирование торговых марок на рынке, выделение конкурентных преимуществ продукции и стимулирование роста продаж на неё невозможны без использования менеджерами и маркетологами соответствующих рекламных приемов в современных условиях хозяйствования. В связи с этим возникает необходимость изучения теоретико-методических основ рекламного дела при подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент».

Задачи дисциплины:

1. ознакомить студентов с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к рекламной деятельности;
2. рассмотреть этапы процесса разработки рекламной кампании;
3. охарактеризовать особенности рекламных средств и стилей рекламных сообщений;
4. выявить современные направления развития рынка рекламных услуг в РФ и за рубежом;
5. ознакомить студентов с методическими приемами оценки эффективности рекламных кампаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Рекламное дело» является учебной дисциплиной по выбору вариативной части Рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг» и имеет код Б1.В.1.ДВ.06.01.

Освоение курса «Рекламное дело» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: маркетинг, поведение потребителей, деловое общение, менеджмент, корпоративная социальная ответственность и отчетность и др.


В свою очередь, курс «Рекламное дело» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: цифровой маркетинг, стратегический менеджмент, управление проектами, управление изменениями и др.


3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей профессиональной компетенции:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-4 - способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры,	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • Закономерности, принципы и приемы делового общения и публичных выступлений, осуществления деловой переписки и электронных коммуникаций при разработке и реализации рекламных мероприятий организации; Уметь:

<p>Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет</p>	<p>Форма</p>	
<p>Ф - Рабочая программа по дисциплине</p>		
<p>совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"> • осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации при разработке и реализации рекламных кампаний организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемами делового общения, публичных выступлений, электронных коммуникаций и деловой переписки при организации рекламной деятельности; • технологиями эффективного участия в переговорах и совещаниях при принятии рекламных бюджетов и планов рекламных кампаний; <p>Приобрести навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ведения переговоров при выборе рекламопроизводителей и рекламодателей на рынке. 	
<p>ПК-8 - владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • правила документального оформления управленческих решений по рекламной деятельности организации; • требования, предъявляемые законодательством, по документальному оформлению рекламных мероприятий и услуг; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • документально оформлять решения в управлении рекламной деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемами документального оформления управленческих решений по рекламной деятельности организации; <p>Приобрести навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ведения документооборота при разработке и реализации рекламных акций. 	
<p>ПК-9 – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемы определения воздействия макроэкономической среды на рекламную деятельность организаций и органов государственного и муниципального управления; • способы выявления рыночных и специфических рисков в рекламной деятельности организации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучать и анализировать поведение потребителей экономических благ при разработке и реализации рекламных кампаний; • анализировать конкурентную среду отрасли при осуществлении рекламной деятельности организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • технологиями диагностики поведения потребителей при подготовке и проведении рекламных акций, • способами анализа конкурентной среды отрасли и выявления рисков в рекламной деятельности организации; <p>Приобрести навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценки воздействия макроэкономической среды на рекламную деятельность организаций и органов государственного и муниципального управления; • анализа поведения потребителей экономических благ, изучения потребительского спроса, структур рынков и конкурентной среды отрасли для разработки рекламных кампаний и оценки их результативности. 	


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине					
ПК-11 - владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> особенности ведения баз данных по рекламной деятельности организации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> работать с базами данных по рекламной деятельности организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> приемами внутреннего документооборота при разработке и реализации рекламных кампаний организации, <p>Приобрести навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> ведения баз данных по рекламной деятельности организации. 			
ПК-12 - умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> приемы организации и поддержания связей с деловыми партнерами при осуществлении рекламной деятельности организации; методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации рекламных программ организации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации рекламных кампаний для продвижения бизнес-проектов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> приемами организации и поддержания связей с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при разработке и реализации рекламных кампаний организации, <p>Приобрести навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> работы с деловыми партнерами в рамках рекламного дела фирмы. 			

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 4 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)		
	всего по плану	в том числе по семестрам	
		5	6
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54	-
Аудиторные занятия, в том числе:	54	54	-
лекции	18	18	-
семинары и практические занятия	36	36	-
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	54	54	-
Форма текущего контроля знаний и	Реферат	Реферат	-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине			
контроля самостоятельной работы:	опрос тестирование задание	опрос тестирование задание	
Курсовая работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации	Экзамен, 36	Экзамен, 36	-
Всего часов по дисциплине	144	144	-

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Заня- тия в интер- актив- ной форме	Самосто- ятель- ная работа	
		Лекции	Практиче- ские занятия, семинары	Лаборатор- ные работы, практикумы			
1.Методологи- ческие основы рекламного дела.	12	2	4	-	-	6	Реферат
2. Государственное и общественное регулирование рекламной деятельности.	16	2	4		2	8	Реферат
3. Организация рекламной деятельности.	22	4	8		2	8	опрос
4. Организация рекламной кампании.	22	4	8		2	8	опрос
5. Рекламные средства и их характеристики.	16	2	4		2	8	опрос
6. Формирование рекламного бюджета.	16	2	4		2	8	опрос
7. Оценка эффективности рекламной кампании.	14	2	4		-	8	Реферат
Итого	144	18	36	-	10	54	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Тема 1. Методологические основы рекламного дела.

История становления и развития рекламного дела в России и за рубежом. Основные понятия рекламного дела. Содержание, функции, задачи и виды рекламы, ее роль в комплексе маркетинга, субъекты и объекты рекламного дела.

Взаимосвязь рекламы и коммуникационного менеджмента. Сходства и отличия рекламы от других маркетинговых коммуникаций.

Роль дисциплины «рекламное дело» в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент».

Тема 2. Государственное и общественное регулирование рекламной деятельности.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Особенности государственного и общественного регулирования рекламной деятельности: сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта. Этические требования, предъявляемые к рекламированию товаров и услуг. Основные положения ФЗ РФ «О рекламе» и других нормативно-правовых документов, регламентирующих рекламную деятельность в России. Особенности влияния консьюмеризма на развитие рекламного дела в РФ.

Тема 3. Организация рекламной деятельности.

Содержание процесса организации рекламной деятельности. Виды организационных структур управления рекламной деятельностью на предприятиях: их сходства, отличия, достоинства, недостатки, условия использования, тенденции становления в России.

Содержание, структура, функции и виды рекламных агентств. Особенности организации сотрудничества рекламодателя с рекламопроизводителем и рекламораспространителем.

Организационная структура управления «рекламной мастерской» как стратегической бизнес-единицы крупной компании. Специфика организации рекламной деятельности в отечественных фирмах малого и среднего бизнеса.

Перечень должностей специалистов рекламного бизнеса: сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта, оценка перспектив и тенденций. Требования, предъявляемые к специалистам по рекламному делу на рынке труда в РФ.

Тема 4. Организация рекламной кампании.

Сущность и типология рекламных кампаний. Сравнительный анализ подходов к этапам процесса организации рекламной кампании. Особенности организации рекламной кампании силами рекламодателя и при помощи рекламного агентства.

Определение целевой аудитории получателей рекламы, постановка целей рекламной кампании, формирование концепции рекламного сообщения, выбор рекламных носителей, составление медиаплана, формирование рекламного бюджета, оценка эффективности рекламной кампании. Структура плана (программы) рекламной кампании.

Виды рекламных стратегий и их характеристики, взаимосвязь со стратегиями позиционирования и стратегией маркетинга предприятия.

Тема 5. Рекламные средства и их характеристики.

Рекламное средство и рекламный носитель: сущность и взаимосвязь понятий.


Виды рекламных средств, их достоинства и недостатки. Нормативно-правовые требования, предъявляемые к использованию различных рекламных средств.

Особенности печатной рекламы. Телевизионная и радиореклама. Наружная реклама и ее характеристики. Реклама на транспорте. Внутримагазинная реклама. Интернет-реклама и смс-реклама. Рекламная сувенирная продукция и ее характеристики. Влияние научно-технического прогресса на развитие рекламных средств.

Тема 6. Формирование рекламного бюджета.

Сущность рекламного бюджета фирмы, статьи формирования сметы затрат на рекламу.

Методы формирования рекламного бюджета (по остаточному принципу, с ориентацией на конкурента, от целей и задач рекламной кампании, как % от выручки от реализации товаров/услуг и др.): характеристики, достоинства, недостатки, условия применимости, тенденции использования в РФ и за рубежом.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Взаимосвязь рекламного бюджета с затратами на прямые коммуникации, PR, стимулирование продаж.

Особенности учета рекламных затрат при определении отпускной цены товара.

Специфика налогообложения рекламы.

Тема 7. Оценка эффективности рекламной кампании.

Эффект и эффективность: сущность и взаимосвязь понятийных категорий. Содержание и виды эффективности рекламной кампании». Сущность оценки эффективности рекламной кампании: понятийный анализ.

Роль прогнозной, текущей и итоговой оценки эффективности рекламной кампании при организации рекламных мероприятий фирмы.

Методы и показатели оценки экономической эффективности рекламной кампании.

Показатели оценки коммуникативно-поведенческой эффективности рекламной кампании, роль маркетинговых исследований в ее проведении.

Диагностика воздействия на целевую аудиторию рекламных сообщений.

Исследование эффективности использования рекламных носителей при проведении маркетинговых коммуникационных акций фирмы.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 36 часов (по очной форме обучения), 10 часов (по заочной форме обучения).

Тема 1. Методологические основы рекламного дела.

Форма проведения семинарского занятия – блиц-опрос об основных понятиях рекламного дела; обсуждение научных докладов по истории становления рекламного бизнеса в РФ и за рубежом; научная дискуссия о целях, задачах и роли курса «Рекламное дело» при подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент». Обсуждение рефератов о становлении рекламного дела в РФ.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чем заключаются особенности становления рекламного дела в дореволюционной и современной России?
2. В чём состоят сходства и отличия рекламы от других маркетинговых коммуникаций?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Какова роль дисциплины «рекламное дело» в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент»?

Тема 2. Государственное и общественное регулирование рекламной деятельности.


Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по выявлению особенностей государственного и общественного регулирования рекламной деятельности; письменное тестирование студентов на знание положений ФЗ РФ «О рекламе»; обсуждение рефератов о влиянии консьюмеризма на развитие рекламного дела в РФ.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чем заключаются особенности государственного регулирования рекламной деятельности в РФ?
2. Какие этические требования должны предъявляться к рекламированию товаров и услуг?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Какие нормативно-правовые документы регламентируют рекламную деятельность в России?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

4. В чем состоят особенности влияния консьюмеризма на развитие рекламного дела в РФ?

Тема 3. Организация рекламной деятельности.

Форма проведения семинарского занятия – работа по подгруппам по составлению «должностных инструкций» сотрудников рекламного агентства; деловая мини-игра по разработке схемы организационной структуры управления рекламной деятельностью на предприятии. Контрольная работа на знание основных положений ФЗ «О рекламе» и основных понятиях рекламного дела.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте виды организационных структур управления рекламной деятельностью на предприятиях.
2. В чём заключаются особенности организации сотрудничества рекламодателя с рекламопроизводителем и рекламораспространителем?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Какова специфика организации рекламной деятельности в отечественных фирмах малого и среднего бизнеса?
4. Какие требования предъявляются к специалистам по рекламному делу на рынке труда в РФ?

Тема 4. Организация рекламной кампании.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по подготовке проектов-планов рекламной кампании товаров фирмы на определенном рынке.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Перечислите виды рекламных кампаний.
2. Чем различаются подходы к этапам процесса организации рекламной кампании?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем заключаются особенности организации рекламной кампании силами рекламодателя и при помощи рекламного агентства?
4. Дайте характеристику видам иды рекламных стратегий.

Тема 5. Рекламные средства и их характеристики.

Форма проведения семинарского занятия – ролевая мини-игра по выявлению достоинств и недостатков различных рекламных средств; обсуждение научных докладов о тенденциях развития в РФ рекламной сувенирной продукции и интернет-рекламы; письменное тестирование студентов на знание положений ФЗ РФ «О рекламе» относительно требований, предъявляемых к рекламным средствам.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какие нормативно-правовые требования предъявляются к использованию различных рекламных средств в РФ?
2. В чём заключаются особенности т телевизионной и радиорекламы?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:


3. Охарактеризуйте влияние научно-технического прогресса на развитие рекламных средств в современной России.

Тема 6. Формирование рекламного бюджета.

Форма проведения семинарского занятия – решение задач по калькуляции рекламных затрат на примере различных вариантов рекламных кампаний. Коллоквиум по пройденному материалу.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какие методы формирования рекламного бюджета Вы знаете? Дайте им характеристику.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

2. Каким образом взаимосвязан рекламный бюджет фирмы с ее затратами на прямые коммуникации, PR, стимулирование продаж?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем заключаются особенности учета рекламных затрат при определении отпускной цены товара?
4. Какова специфика налогообложения рекламы?

Тема 7. Оценка эффективности рекламной кампании.

Форма проведения семинарского занятия – решение задач по оценке экономической эффективности рекламной кампании; деловая игра по планированию маркетингового исследования по оценке коммуникативно-поведенческих эффектов от рекламирования товаров.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чём заключается сущность оценки эффективности рекламной кампании?
2. Какова роль прогнозной, текущей и итоговой оценки эффективности рекламной кампании при организации рекламных мероприятий фирмы?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Охарактеризуйте методы и показатели оценки экономической эффективности рекламной кампании.
4. Какова роль маркетинговых исследований в ее проведении в оценке коммуникативно-поведенческой эффективности рекламной кампании?


7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работ по дисциплине учебным планом по очной форме обучения не предусмотрены.

8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

8.1. Тематика рефератов по дисциплине

1. История становления и развития рекламного дела в дореволюционной России.
2. История становления и развития рекламного дела в современной России.
3. История становления и развития рекламного дела за рубежом.
4. Сравнительный анализ концептуальных подходов к сущности понятия «реклама».
5. Взаимосвязь рекламы и коммуникационного менеджмента.
6. Роль рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций.
7. Особенности государственного регулирования рекламной деятельности: сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта.
8. Особенности негосударственного регулирования рекламной деятельности: сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта.
9. Этические требования, предъявляемые к рекламированию товаров и услуг.
10. Основные положения ФЗ РФ «О рекламе» и других нормативно-правовых документов, регламентирующих рекламную деятельность в России.
11. Специфика влияния консьюмеризма на развитие рекламного дела в РФ.
12. Мировой опыт влияния консьюмеризма на развитие рекламного бизнеса.
13. Организационные структуры управления рекламной деятельностью на предприятиях.
14. Условия использования организационных структур управления рекламной деятельностью на отечественных предприятиях.
15. Классификация рекламных агентств.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

16. Особенности организации сотрудничества рекламодателя с рекламопроизводителем.
17. Особенности организации сотрудничества рекламодателя с рекламораспространителем.
18. Специфика организации рекламной деятельности в отечественных фирмах среднего бизнеса.
19. Специфика организации рекламной деятельности в отечественных фирмах среднего бизнеса.
20. Специфика организации рекламной деятельности в отечественных фирмах крупного бизнеса.
21. Перечень должностей специалистов рекламного бизнеса: сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта, оценка перспектив и тенденций.
22. Требования, предъявляемые к специалистам по рекламному делу на рынке труда в РФ.
23. Типология рекламных кампаний.
24. Сравнительный анализ подходов к этапам процесса организации рекламной кампании.
25. Особенности организации рекламной кампании силами рекламодателя.
26. Особенности организации рекламной кампании при помощи рекламного агентства.
27. Виды рекламных стратегий, взаимосвязь со стратегиями позиционирования.


Написание реферата по вопросам администрирования и кадрового документооборота – это краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда или трудов, включающий обзор литературы по теме, выбранной из перечня предлагаемых выше тем. Цель написания реферата – формирование и развитие компетенций обучающегося в области самостоятельной научно-исследовательской работы студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Объём реферата может быть от 5 до 15 страниц формата А4. В структуре реферата выделяются: титульный лист, реферативный текст, список использованной литературы. В реферате допускается включение таблиц, графиков, схем, как в основном тексте, так и в качестве приложений. Критерии оценки реферата: соответствие теме; глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи; оформление реферата. По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на семинарских и практических занятиях в виде публичных выступлений с соответствующим обсуждением.

8.2. Тематика курсовых работ по дисциплине.


Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ


1. История становления и развития рекламного дела в дореволюционной и современной России.
2. История становления и развития рекламного дела за рубежом.
3. Содержание, функции, задачи и виды рекламы, ее роль в комплексе маркетинга, субъекты и объекты рекламного дела.
4. Взаимосвязь рекламы и коммуникационного менеджмента.
5. Сходства и отличия рекламы от других маркетинговых коммуникаций.
6. Особенности государственного и общественного регулирования рекламной деятельности: сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта.
7. Этические требования, предъявляемые к рекламированию товаров и услуг.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

8. Основные положения ФЗ РФ «О рекламе» и других нормативно-правовых документов, регламентирующих рекламную деятельность в России.
9. Особенности влияния консьюмеризма на развитие рекламного дела в РФ.
10. Содержание процесса организации рекламной деятельности.
11. Виды организационных структур управления рекламной деятельностью на предприятиях: их сходства, отличия, достоинства, недостатки, условия использования, тенденции становления в России.
12. Содержание, структура, функции и виды рекламных агентств.
13. Особенности организации сотрудничества рекламодателя с рекламопроизводителем и рекламораспространителем.
14. Организационная структура управления «рекламной мастерской» как стратегической бизнес-единицы крупной компании.
15. Специфика организации рекламной деятельности в отечественных фирмах малого и среднего бизнеса.
16. Перечень должностей специалистов рекламного бизнеса: сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта, оценка перспектив и тенденций.
17. Требования, предъявляемые к специалистам по рекламному делу на рынке труда в РФ.
18. Сущность и типология рекламных кампаний.
19. Сравнительный анализ подходов к этапам процесса организации рекламной кампании.
20. Особенности организации рекламной кампании силами рекламодателя и при помощи рекламного агентства.
21. Структура плана (программы) рекламной кампании.
22. Виды рекламных стратегий и их характеристики, взаимосвязь со стратегиями позиционирования и стратегией маркетинга предприятия.
23. Рекламное средство и рекламный носитель: сущность и взаимосвязь понятий.
24. Виды рекламных средств, их достоинства и недостатки.
25. Нормативно-правовые требования, предъявляемые к использованию различных рекламных средств.
26. Особенности печатной рекламы.
27. Телевизионная и радиореклама.
28. Наружная реклама и ее характеристики.
29. Реклама на транспорте.
30. Внутримагазинная реклама.
31. Интернет-реклама и смс-реклама.
32. Рекламная сувенирная продукция и ее характеристики.
33. Влияние научно-технического прогресса на развитие рекламных средств в современной России.
34. Сущность рекламного бюджета фирмы, статьи формирования сметы затрат на рекламу.
35. Методы формирования рекламного бюджета: характеристики, достоинства, недостатки, условия применимости, тенденции использования в РФ и за рубежом.
36. Особенности учета рекламных затрат при определении отпускной цены товара. Специфика налогообложения рекламы.
37. Содержание и виды эффективности рекламной кампании. Сущность оценки эффективности рекламной кампании: понятийный анализ.
38. Роль прогнозной, текущей и итоговой оценки эффективности рекламной кампании при организации рекламных мероприятий фирмы.
39. Методы и показатели оценки экономической эффективности рекламной кампании.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		


40. Показатели оценки коммуникативно-поведенческой эффективности рекламной кампании, роль маркетинговых исследований в ее проведении.
41. Диагностика воздействия на целевую аудиторию рекламных сообщений.
42. Исследование эффективности использования рекламных носителей при проведении маркетинговых коммуникационных акций фирмы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.Методологические основы рекламного дела.	Проработка учебного материала, устные и письменные ответы на вопросы на закрепление знаний, написание эссе по теме	6	Проверка ответов на вопросы, тестирование
2. Государственное и общественное регулирование рекламной деятельности.	Проработка учебного материала, устные и письменные ответы на вопросы на закрепление знаний; выполнение тестовых заданий на знание основных определений и концепций, анализ и конспектирование научно-учебной литературы по теме,	8	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование
3.Организация рекламной деятельности.	Проработка учебного материала, ответы на вопросы на закрепление знаний, выполнение заданий по выявлению особенностей организации рекламной деятельности	8	Проверка выполнения заданий, анализ ответов на вопросы, тестирование
4. Организация рекламной кампании.	Проработка учебного материала, решение кейс-заданий по теме	8	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование
5. Рекламные средства и их характеристики.	Проработка учебного материала, составление письменных характеристик рекламных средств	8	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование
6. Формирование рекламного бюджета.	Проработка учебного материала, решение задач на расчет рекламного бюджета	8	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование
7. Оценка эффективности рекламной кампании.	Проработка учебного материала, решение задач по оценке эффективности рекламной кампании	8	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 391 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433005>

б) дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433656>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425227> (дата обращения: 24.09.2019).


3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08548-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/425574>


в) учебно-методическая литература:

1. Иванова Т. Ю. Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (бакалавриат) / Т. Ю. Иванова, О. В. Качагина; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,18 Мб). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1343>

2. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Рекламное дело» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 535 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2753>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / _____
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. [SMART Imagebase](https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741) // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:


6.1. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Согласовано:

зам. н.п.ч. УМОБ / Ключкова АВ / 09.06.2020г.
 Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО Подпись дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:


– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;


– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.


В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик Белокопытова Н.Г. доцент Белокопытова Н.Г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		17.06.2021

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 1

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c555aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.


6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:



7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.


Согласовано:

зам. нач. УИТИ Кришова МВ 01.06.2021
Должность сотрудника УИТИ ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		15.06.2022
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		15.06.2022

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 1

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488829>
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489960>

Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488737>
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>
3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496326>

Учебно-методическая литература


1. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Рекламное дело» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 535 КБ). - Текст : электронный. // <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2753>

Согласовано:

Главный библиотекарь
отдела обслуживания ИЭиБ
научной библиотеки УлГУ


подпись

Голосова М.Н. 01.06.2022г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 2

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2022]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2022]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2022]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. - Москва, [2022]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2022]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. **SMART Imagebase** : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

СОГЛАСОВАНО:

зам. на. ЗСБТ *Ключков В. В.* *В. В.* *03.06.2022*
 Должность сотрудника УИТиГ ФИО подпись дата