Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Викторович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.11.2026 18:18:01
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4043156a3692b52b7e

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО ДОНСКОЙ ГАУ)

УТВЕРЖДАЮ
Врио проректора по УР и ЦТ
_____Ширяев С.Г.
«24» марта 2026 г.
м.п.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность

Направление подготовки **38.03.07 Товароведение**

Направленность программы **Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров**

Форма обучения **очная, очно – заочная**

Программа разработана:
Лосевская С.А. _____ доцент канд. с.-х. наук доцент
(подпись) (должность) (степень) (звание)

Рекомендовано:
Заседанием кафедры экономики и товароведения
протокол заседания от 17.03..2026 г № 10 Зав. кафедрой _____ Бунчиков О.Н.
(подпись)

п. Персиановский, 2026 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Планируемый процесс обучения по дисциплине, направлен на формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

-Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке(ПК-2)

Индикаторы достижения компетенций

Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции (ПК-2.4)

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, направленность Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров представлены в таблице.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	
		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые знания, умения и навыки
ПК-2/2.4	Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке	ПК 2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	*Знание:* технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
			Умение: регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
			Навык и / или опыт деятельности: владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

2. ОБЪЕМДИСЦИПЛИНЫВЗАЧЕТНЫХЕДИНИЦАХСУКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮРАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМИ НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Семестр	**Трудоемкость З.Е./ час.**	**Контактная работа с преподавателем**			**Самостоятельная работа, час.**	**Форма промежуточной аттестации (экз./зачет с оценк./зачет)**
		Лекций, час.	**Практич. занятий, час.**	**Контактная работа на промежуточную аттестацию,час.**		
очно-заочная форма обучения 2022 ; 2023, 2024,2025 год набора						
5/А	2/72	14	14	0,2	43,8	Зачет
очная форма обучения 2026 год набора						
4/ 8	2/72	14	28	0,2	29,8	Зачет

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ(РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Структура дисциплины состоит из разделов (тем):

Структура дисциплины				
Раздел 1. «Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций**»**	**Раздел 2«**Рынок рекламы в России**»**	**Раздел 3«**Социально-психологические основы рекламы**»**	**Раздел 4 «**Планирование рекламной кампании**»**	**Раздел 5«**Носители рекламной информации**»**
Раздел 6«Имидж и фирменный стиль в рекламе**»**	**Раздел 7«**Организация рекламной деятельности**»**	**Раздел 8«**Разработка рекламного обращения**»**	**Раздел 9 «**Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности**»**	

Содержание занятий лекционного типа по дисциплине,структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов занятий:

№	**Наименованиераздела (темы) дисциплины**	**Краткое содержание раздела**	**Кол-во часов/форма обучения**	
			Очно-заочно	**очно**
			2022/23/24/25	**2026**
1.	Раздел1.«Реклама как элемент маркетиговых коммуникаций»	Тема1.Реклама в системе маркетинга. Реклама и теория коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Основные характеристики рекламы. Функции, задачи и классификация рекламы. История рекламы	1	1
2.	Раздел2 «Рынок рекламы в России»	Тема 2. Возникновение и особенности рекламного рынка России.Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Кодекс рекламной практики	2	1
3.	Раздел3 «Социально-психологические основы рекламы»	Тема 3. Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя. Потребительские мотивы. Влияние внешних и внутренних факторовна поведение человека.	1	2

4.	Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	Тема 4.План рекламной кампании как элемент маркетинга. Выбор рекламной стратегии. Организация и планирование рекламной кампании. Основные этапы проведения рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламной кампании. Медиа–планирование – основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.	2	2
5.	Раздел5 «Носители рекламной информации»	Тема 5.Классификация видов и средств торговой рекламы. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки (реклама в прессе, печатная (полиграфическая) реклама, экранная реклама, реклама на радио, прямая почтовая реклама, наружная реклама и другие средства рекламы).	2	2
6.	Раздел6«Имидж и фирменный стиль в рекламе»	Тема 6.Понятие фирменного стиля предприятия. Товарный знак –главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе. Рекламный слоган.Брендинг,как технология Фирменности продукции.	2	2
7.	Раздел7 «Организация рекламной деятельности»	Тема 7. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности.Выбор рекламного агентства. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства.	2	2
8.	Раздел8 «Разработка рекламного обращения»	Тема8.Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы,используемые в рекламных обращениях.Основные принципы Составления рекламных текстов.		
9.	Раздел9 «Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности»	Тема 9. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи. Элементы оформления магазина. Витрины как средство рекламы, их виды, классификация и требования кним.	2	2
Итого			**14**	**14**

Содержание практических занятий по дисциплине, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академическихчасов и видов занятий:

№	Наименование раздела(темы) дисциплины	№ и название семинаров /практических занятий / лабораторных работ. *Элементы практической*	Вид текущего контроля	Кол-вочасов/форма обучения	
				Очно-заочно	очно

		подготовки		**2022/23/24/25**	**2026**
1.	Раздел 1. «Реклама как элемент маркетиговых коммуникаций»	Практическое занятие 1. Реклама: понятие, содержание,цели Семинары в диалоговом режиме,дискуссии Практическоезанятие2. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций Семинары в диалоговом режиме,дискуссии	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	2	2
2.	Раздел2 «Рынок рекламыв России»	Практическое занятие 3. История возникновения и развития рекламы вРоссии Семинары в диалоговом режиме,дискуссии Практическоезанятие4.Правовое регулирование рекламной деятельности	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	2	2
3.	Раздел3 «Социально-психологические основы рекламы»	Практическоезанятие5.Роль Рекламы в обществе Семинары в диалоговом режиме, дискуссии	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	2	2
4.	Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	Практическое занятие 6. Основы организации и планирования рекламной кампании Практическое занятие 7. Эффективность рекламной кампании	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	2	2
5.	Раздел5 «Носители рекламной информации»	Практическоезанятие8.Средства распространения и размещения рекламы Семинары в диалоговом режиме,дискуссии ***Элементы практической подготовки:*** *отработка распространения рекламы.*	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	2	2
6.	Раздел6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	Практическое занятие 9.Имидж и фирменный стиль в рекламе Семинары в диалоговом режиме,дискуссии	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	1	2

7.	Раздел7 «Организация рекламной деятельности»	Практическоезанятие10.Основы проведения рекламной кампании.	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	2	10
8.	Раздел8 «Разработка рекламного обращения»	Практическое занятие 11. Разработка и содержание рекламных объявлений и текстов Семинары в диалоговом режиме,дискуссии *Элементы практической подготовки: отработка составления рекламных объявлений*	Устный опрос Тестирование Защита презентаций		
9.	Раздел9 «Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности»	Практическое занятие12.Особенности рекламы торговогопредприятия Семинары в диалоговом режиме, дискуссии Практическое занятие13.Витрины как средстваре-кламы *Семинарывдиалоговомрежиме,дискуссии*	Устный опрос Тестирование Защита презентаций	1	6
Итого				**14**	**28**

4.4.Содержание самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов самостоятельной работы:

№	**Наименование раздела(темы) дисциплины**	**Вид самостоятельной работы**	**Кол-во часов/форма обучения**	
			Очно-заочно	**очно**
			2022 2023/ 2024/ 2025	**2026**
1.	Раздел 1. «Реклама как элементмаркетиговыхкоммуникаций»	Подготовка к практическим занятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуационныхзадач.Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию и зачету.	6	4

2.	Раздел2 «Рынокрекламы вРоссии»	Подготовка к практическим занятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуационных задач.Подготовка пре-зентаций. Подготовка к тестированию и зачету.	6	4
3.	Раздел3 «Социально-психологические основырекламы»	Подготовка к практическим занятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию изачету.	6	4
4.	Раздел 4 «Пла-нирование ре-кламной кампа-нии»	Подготовка к практическим занятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию и зачету.	6	4
5.	Раздел5 «Носителире кламнойинфо рмации»	Подготовка к практическим занятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуаци-онныхзадач. Подготовка пре-зентаций. Подготовка к тестированию и зачету.	4	4
6.	Раздел6 «Имидж ифирменныйсти льврекламе»	Подготовка к практическим занятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций.Подготовка ктести-рованиюизачету.	4	2
7.	Раздел7 «Организацияр екламнойдеятел ьности»	Подготовка к практическимзанятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуаци-онныхзадач.Подготовка пре-зентаций. Подготовка к тести-рованиюизачету.	4	2
8.	Раздел8 «Разработка рекламного обращения»	Подготовка к практическимзанятиям.Написание рефератаи/или эссе. Решение ситуаци-онных задач.Подготовка пре-зентаций. Подготовка к тести-рованиюизачету.	4	2
9.	Раздел9 «Особенностиор ганизации иприменениярек ламы в мага-зинеидругих областях дея-тельности»	Подготовка к практическим занятиям.Написание реферата и/или эссе. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию и зачету.	3,8	3,8
Подготовка к промежуточной аттестации			4	
Контактные часы на промежуточную аттестацию			0,2	**0,2**
Итого			**44**	**30**

4.ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине обеспечивается:

№ раздела дисциплины. Вид самостоятельной работы	Наименование учебно-методических материалов	Количество в библиотеке / ссылка на ЭБС
Раздел 1. «Реклама как элемент маркетиговых коммуникаций»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 2 «Рынок рекламы в России»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим	https://e.lanbook.com/book/158525

	доступа: для авториз. пользователей	
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 3 «Социально-психологические основы рекламы»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394

	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 5 «Носители рекламной информации»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271

	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592 — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394

	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим	https://e.lanbook.com/book/158525

	доступа: для авториз. пользователей	
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394 — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Раздел 9 «Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности»	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
	«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
	Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394
	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592

5.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер/ индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или ее ча-сти)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		I этап Знать	II этап Уметь	III этап Навыки (или)опыт деятельности
ПК-2/2.4	Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	- регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Описание шкалы оценивания сформированности компетенций

Компетенциинаразличныхэтапахихформированияоцениваютсяшкалой:«зачтено»,«незачтено»вформезачета.

5.2.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Результат обучения По дисциплине	***Критерии и показатели оценивания результатов обучения***			
	«незачтено»	***«зачтено»***		
Iэтап **Знать** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **(ПК-2/2.4)**	**Фрагментарные знания-** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **/Отсутствие знаний**	**Неполные знания** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Сформированные,носодержащие отдельные пробелызнания** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Сформированныеисистематические знания** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
IIэтап **уметь -**	**Фрагментарное умение -**	**В целом успешное, но**	**Вцеломуспешное,носодержа-**	**Успешноеисистематическое**

регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции**(ПК-2/2.4)**	регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции -	**не систематическоеумение-** регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**щее отдельные пробелыумение-** регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**умение** - регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
Шэтап **Владеть навыками** владения технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **(ПК-2/2.4)**	**Фрагментарное применение Навыков** владения технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **Отсутствие навыков**	**В целом успешное, но не систематическое приме-Нение навыков** владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**В целом успешное,но несистематическое при-Менение навыков** владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**В целом успешное,но несистематическое применение навыков** владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Перечень вопросов к контрольным мероприятиям

ПК-2 Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке

ПК-2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Задания открытого типа:

1.Как называется подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы …..

Правильный ответ:. стратегия рекламы

2.Как называется распространение информации о существовании продукта….

Правильный ответ: знание

3Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется?…

Правильный ответ: средство распространения рекламы

4.К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним…..

Правильный ответ: товарная реклама

5. Процесс создания рекламного продукта включает в себя именно такое количество действий….

Правильный ответ: шесть

6. Что такое средство рекламы? …

Правильный ответ: материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта

7.Основным элементом, определяющим рекламное сообщение, является (ются)?…..

Правильный ответ: изображение, текст

8.Самое влиятельное средство рекламы?…..

Правильный ответ: телевизионная реклама

9.Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?….

Правильный ответ: производители продукции

10.Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это?…

Правильный ответ: стратегия рекламы

11.Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем – это…

Правильный ответ: директ-маркетинг

12. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это? …….

Правильный ответ: средство распространения рекламы

13.К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?....

Правильный ответ: товарная реклама

14.Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров

…

Правильный ответ: наружная реклама

15.Постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими выполняет? ….

Правильный ответ: процесс рынка

Задания закрытого типа

Тест 1

1. Информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждая интерес к ним отражает следующий вид рекламы:

а) товарная реклама

б) престижная реклама

в) информативная реклама

г) увещевательная реклама

Ответ: а

2. Что такое медиабайер?

а) менеджер по размещению рекламных сообщений в средствах массовой информации;

б) агент по приобретению рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы; +

в) специалист по планированию графика размещения рекламных сообщений в средствах массовой информации.

Ответ: б

3. Определите основной нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы:

а) свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации;

б) Закон РФ «О рекламе»;

в) Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»;

г) налоговая декларация юридического лица, занятого производством и распространением рекламного продукта.

Ответ: б

4. Как называется канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя ?

а) рынок

б) рекламное агентство

в) средство распространения рекламы

г) таргетинг

Ответ: в

5. Какой орган осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе?
а) Правительство РФ;
б) федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;
в) органы внутренних дел.
Ответ: б
6. Что такое буклет?
а) малоформатное несфальцованное недорогое издание;
б) многостраничное, сброшюрованное и хорошо иллюстрированное издание небольшого формата;
в) сфальцованное и, как правило, многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.
Ответ: в
7. Как называется процарапывание на стенах домов жителями античного города различных надписей?
а) граффити;
б) альбум;
в) милиарии.
Ответ: а
8. Как называется установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем?
а) директ-маркетинг
б) сейлз-промоушн
в) паблик-рилейшнз
г) таргетинг
Ответ: а
9. Кто изобрел печатный станок?
а) Б. Франклин;
б) И. Гуттенберг;
в) Б. Батдольд.
Ответ: б
10. Что представляет собой рекламный процесс?
а) процесс создания рекламной продукции;
б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю.

Ответ: в

Формы контроля позволяющие оценить сформированность компетенций по дисциплине «Рекламная деятельность »

№	Контролируемые разделы дисциплины	Компетенции/ индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Раздел 1. «Реклама как элемент маркетиговых коммуникаций»	**(ПК-2/2.4)**	**Контрольный опрос**
2.	Раздел 2 «Рынок рекламыв России»	**(ПК-2/2.4)**	
3.	Раздел 3 «Социально- психологическиеосновы рекламы»	**(ПК-2/2.4)**	
4.	Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	**(ПК-2/2.4)**	**Контрольный**

5.	Раздел 5 «Носители рекламной информации»	**(ПК-2/2.4)**	**опрос**
6.	Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	**(ПК-2/2.4)**	
7.	Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	**(ПК-2/2.4)**	
8.	Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	**(ПК-2/2.4)**	
9.	Раздел 9 «Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности»	**(ПК-2/2.4)**	

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, и включает устный опрос, тестирование, письменные контрольные работы.

Примерные вопросы на зачет

1. Реклама в системе маркетинга.
2. Реклама и теория коммуникаций.
3. Основные средства маркетинговых коммуникаций.
4. Прямой маркетинг.
5. Паблик рилейшинз.
6. Стимулирование сбыта.
7. Основные характеристики рекламы. Функции, задачи и классификация рекламы.
8. История рекламы.
9. Возникновение и особенности рекламного рынка России.
10. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
11. Кодекс рекламной практики.
12. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека.
13. Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя.
14. Потребительские мотивы.
15. План рекламной кампании как элемент маркетинга.
16. Выбор рекламной стратегии.
17. Организация и планирование рекламной кампании.
18. Основные этапы проведения рекламной кампании.
19. Методы определения эффективности рекламной кампании.
20. Медиа-планирование – основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.
21. Классификация видов и средств рекламной кампании.
22. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки.
23. Понятие фирменного стиля предприятия.
24. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе.
25. Рекламный слоган.
26. Брендинг, как технология фирменности продукции.
27. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности.

28. Выбор рекламного агентства.
29. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства.
30. Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения.
31. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях.
32. Основные принципы составления рекламных текстов.
33. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж.
34. Элементы оформления магазина.
35. Витрины как средства рекламы, их виды классификация и требования к ним.

Примерные темы рефератов, эссе и докладов по дисциплине «Рекламная деятельность»

1. Роль рекламы в жизни общества (современное состояние).
2. История развития и эволюция рекламы.
3. Понятие и сущность рекламы. Виды рекламы.
4. Нормативно – правовая база рекламного бизнеса в России.
5. Организация рекламной деятельности на фирме.
6. Исследования рынка рекламы (на примере конкретного рынка).
7. Имиджевая реклама и ее составляющие.
8. Создание брэндов.
9. Основные принципы построения рекламного обращения.
10. Психологические механизмы воздействия рекламы.
11. Использование в рекламе мотивов.
12. Стереотипы, влияющие на характеристики рекламы.
13. Значение цвета в рекламе.
14. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов.
15. Роль и место рекламы в прессе. Ее виды.
16. Методы НЛП в рекламе.
17. Основные характеристики печатных средств массовой информации.
18. Содержание и оформление рекламного объявления.
19. Значение и особенности радио – рекламы.
20. Телевизионная реклама: особенности, виды, приемы создания.
21. Прямая почтовая реклама и ее преимущества.
22. Реклама на выставках. Цели и задачи участия в выставках.
23. Планирование и организация рекламной кампании.
24. Реклама на месте продаж как важный инструмент стимулирования
25. продаж.
26. Планирование рекламного бюджета: факторы, методы.
27. Способы и приемы оценки эффективности рекламы.
28. Наружная реклама. Требования к размещению наружной рекламы.
29. Рекламные агентства и их структура.
30. Социальная и политическая реклама.
31. Понятие «паблик рилейшинз» и его составляющие.
32.

Задания для подготовки к зачету

ПК-2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Знать

-сущность, целей, задач и функций рекламы;

-используемые в рекламе манипулятивные приемы, основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук;

-нетрадиционных средств рекламы.

Вопросы для оценивания результатов обучения в виде знаний

1.Результаты воздействия рекламы.
2.Влияние рекламы на условия конкуренции.
3.Влияние рекламы на потребительскую стоимость товара.
4.Влияние рекламы на цены.
5.Влияние рекламы на потребительский спрос.
6.Влияние рекламы на потребительский выбор.
7.Регулирование рекламной деятельности фирм.
8.Государственное регулирование рекламы.
9.Рекламные отделы фирм.
10. Особенности организации рекламных отделов средних и крупных фирм.
11.Особенности включения сметных позиций в расходы на рекламу.
12.Внутрифирменные агентства.
13.Виды рекламных агентств.
14. Особенности организации рекламных агентств.
15. Доходы рекламных агентств: комиссионные от средств информации.
16.Доходы рекламных агентств: торговые наценки.
17. Доходы рекламных агентств: гонорары.
18. Реклама — элемент комплекса маркетинга: реклама и продукт.
19.Реклама — элемент комплекса маркетинга: реклама и цена.
20.Реклама — элемент комплекса маркетинга: реклама и место продажи.
21.Реклама — элемент комплекса маркетинга: реклама и продвижение товара.

Уметь

-выбирать эффективные для данной организации методы продвижения товара;
-выбрать эффективные для данной организации каналы сбыта товара.

Вопросы для оценивания результатов обучения в виде знаний

1.Поведение потребителя: избирательное восприятие.
2.Поведение потребителя: когнитивная теория.
3.Поведение потребителя: теория стимула - реакции.
4.Сегментирование рынка потенциальных потребителей по VALSTM.
5.Инструментарии рекламного исследования рынка.
6.Первичное исследование.
7.Количественное исследование.
8.Методология качественных исследований.
9.Стратегия рекламной деятельности
10.Способы выделения средств на рекламу.
11.Рекламой охват аудитории.
12.Частотность подачи рекламы.
13.Совокупный рейтинг рекламного сообщения.
14.Способы подачи рекламного сообщения.
15. Планирование рекламной кампании.
16. Различные подходы при выборе рекламных средств.
17.Рентабельность СМИ.
18.Критерии составления графиков выхода рекламы.
19.Некоммерческая реклама.
20. Методы оценки эффективности рекламы.
21. Методы оценки эффективности рекламных обращений.

Уметь

-осуществлять самостоятельную разработку рекламной кампании и составлять бриф (техническое задание) рекламной акции;
-оценивать эффективность разработанной рекламной кампании и ценообразующих характеристик товаров на основе анализа потребительских свойств

Навык / Опыт деятельности

ПК-2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

-устанавливать ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости;

-анализа и планирования рекламы на пред-приятии на основе разработки маркетинговых коммуникационных стратегий раз-вития.

Задания для оценивания результатов обучения в виде навыка / опыта деятельности

Задание 1. Эффективность воздействия рекламы на потребителей. Имеются некоторые данные, представленные в таблице. Требуется оценить эффекимвность воздействия рекламы на потребителя.

Контингент опрошенных	Численность	Из них купило рекламный товар
Запомнившие рекламу	70	43
Не запомнившие рекламу	30	9
Итого	100	52

Задание 2. Фирма по продаже телевизоров стала использовать новую еженедельную рекламную газету. Рекламное объявление с купонами было подано на пять недель. В первую неделю с купонами пришли 24 человека, во вторую – 28, в третью 35, в четвертую 33, в пятую 30. Без купонов (понаслышке о рекламной акции) пришли соответственно 68, 67, 47, 88, 75 человек. Определите период эффективного роста новых клиентов, долю увеличения новых клиентов за пять недель и долю за эффективный период. Расходы на рекламу составили 34 тыс. руб. Какова прибыль от продаж в случае, если каждый из трех пришедших купит телевизор и принесет прибыль 1,5 тыс. руб.

Задание 3. Фирма установила щит наружной рекламы по продаже бытовой техники со своими контактными телефонами. На фирме имеются три телефона. Вероятность дозвониться в утреннее и вечернее время составляет 75%, в дневное – 60%. Определите процент потерь клиентов от неэффективной связи. В среднем (до рекламы) в день звонили 285 человек. Реклама создала динамику роста сбыта 3% ежедневно. Затраты на щит составили 20 тыс. руб. Вероятность, что звонивший придет и купит товар составляет 69%, прибыль при этом будет 2,5 тыс. руб. Определите количество потенциальных покупателей и эффективность рекламы по телефону в течение одного месяца.

Задание 4. Для оценки эффективность прямой почтовой рекламы были организованы две группы рынков – пробная (жителям района раскладывались рекламные листки в почтовые ящики) и контрольная (жители другого района их не получали). Затраты на рекламу составили 70 тыс. руб. Данные по сбыту представлены в таблице. Оцените экономический эффект проведенной рекламной компании.

Вид рынков	Объем сбыта, тыс. руб.	
	дл эксперимента	после эксперимента
Пробный	2000	2100
Контрольный	1000	1030

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыка и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений, навыков и (или) опыта деятельности, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а так же для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.
К текущему контролю относятся проверка знаний, умений, навыков обучающихся:
- на занятиях (опрос, решение задач, деловая игра, круглый стол, тестирование (письменное или компьютерное), ответы (письменные или устные) на теоретические вопросы, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, выполнение контрольных работ;
- по результатам выполнения индивидуальных заданий;
- по результатам проверки качества конспектов лекций, рабочих тетрадей и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самостоятельной работы, по имеющимся задолженностям.
На первых занятиях преподаватель выдает студентам график контрольных мероприятий текущего контроля.

ГРАФИК контрольных мероприятий текущего контроляпо дисциплине

№ и наименование темы контрольного мероприятия	Формируемая компетенция	Этап формирования компетенции	Форма контрольного мероприятия (тест, контрольная работа, устный опрос, коллоквиум, деловая игра и т.п.)	Срок проведения контрольного мероприятия
Раздел 1. «Реклама как элемент маркетиговых коммуникаций»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 2 «Рынок рекламы в России»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 3 «Социально-психологические основы рекламы»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 4 «Планирование рекламной кампании»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 5 «Носители рекламной информации»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 6 «Имидж и фирменный стиль в рекламе»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 7 «Организация рекламной деятельности»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии

Раздел 8 «Разработка рекламного обращения»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии
Раздел 9 «Особенности организации и применения рекламы в магазине и других областях деятельности»	**(ПК-2/2.4)**	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течение сессии

Устный опрос **–** наиболее распространенный метод контроля знаний студентов, предусматривающий уровень овладения компетенциями, в т. ч. полноту знаний теоретического контролируемого материала.

При устном опросе устанавливается непосредственный контакт между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.

Устный опрос по дисциплине проводится на основании самостоятельной работы студента по каждому разделу. Вопросы представлены в планах лекций по дисциплине.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос. *Фронтальный* опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что в активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически увязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который только что был разобран на занятии. Целесообразно использовать фронтальный опрос также перед проведением практических работ,так как он позволяет проверить подготовленность студентов к их выполнению.

Вопросы должны иметь преимущественно поисковый характер, чтобы побуждать студентов к самостоятельной мыслительной деятельности.

Индивидуальный опрос предполагает объяснение, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов. Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы все студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Для того чтобы вызвать при проверке познавательную активность студентов всей группы, целесообразно сочетать индивидуальный и фронтальный опрос.

Длительность устного опроса зависит от учебного предмета, вида занятий, индивидуальных особенностей студентов.

В процессе устного опроса преподавателю необходимо побуждать студентов использовать при ответе схемы, графики, диаграммы.

Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает положительные стороны, указывает на недостатки ответов, делает вывод о том, как изучен учебный материал. При оценке ответа учитывает его правильность и полноту, сознательность, логичность изложения материала, культуру речи, умение увязывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Критерии и шкалы оценивания устного опроса

Критерии оценки при текущем контроле	Оценка
Студент отсутствовал на занятии или не принимал участия. Неверные и ошибочные ответы по вопросам, разбираемым на семинаре	«неудовлетворительно»
Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт расплывчатые ответы на вопросы. Описывая тему, путается и теряет суть вопроса. Верность суждений, полнота и правильность ответов – 40-59 %	«удовлетворительно»
Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт ответы на некоторые вопросы, то есть не проявляет достаточно высокой активности. Верность суждений студента, полнота и правильность ответов 60-79%	«хорошо»
Студент демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные опросы. Высокая активность студента при ответах на вопросы преподавателя, активное участие в проводимых дискуссиях. Правильность ответов и полнота их раскрытия должны составлять более 80%	«отлично»

Тестирование. Основное достоинство ***тестовой формы контроля*** – простота и скорость, с которой осуществляется первая оценка уровня обученности по конкретной теме, позволяющая, к тому же, реально оценить готовность к итоговому контролю в иных формах и, в слу- чае необходимости, откорректировать те или иные элементы темы. Тест формирует полноту знаний теоретического контролируемого материала.

Критерии и шкалы оценивания тестов

Критерии оценки при текущем контроле
процент правильных ответов менее 40 (по 5 бальной системе контроля – оценка «неудовлетворительно»);
процент правильных ответов 40 – 59 (по 5 бальной системе контроля – оценка «удовлетворительно»)
процент правильных ответов 60 – 79 (по 5 бальной системе контроля – оценка «хорошо»)
процент правильных ответов 80-100 (по 5 бальной системе контроля – оценка отлично»)

Критерии и шкалы оценивания рефератов (докладов)

Оценка	Профессиональные компетенции	Отчетность
5	Работа выполнена на высоком профессиональном уровне. Полностью соответствует поставленным в задании целям и задачам. Представленный материал в основном верен, допускаются мелкие неточности. Студент свободно отвечает на вопросы, связанные с докладом. Выражена способность к профессиональной адаптации, интерпретации знаний из междисциплинарных областей	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок. Полностью оформлен в соответствии с требованиями.
4	Работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне, допущены несколько существенных ошибок, не влияющих на результат. Студент отвечает на вопросы, связанные с докладом, но недостаточно полно.	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок, но с некоторыми недоработками.
3	Уровень недостаточно высок. Допущены существенные ошибки, не существенно влияющие на конечное восприятие материала. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с докладом.	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются отдельные недочеты в оформлении.
2 и ниже	Работа выполнена на низком уровне. Допущены грубые ошибки. Ответы на связанные с докладом вопросы обнаруживают непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале доклада.	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются существенные недочеты в оформлении.

Критерии и шкалы оценивания презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный, раскрытый ответ 3	Законченный, полный ответ 4	Образцовый ответ 5
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.

Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
Оформление	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы.	Только ответы на элементарные вопросы.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:
1. Периодичность проведения оценки (по каждому разделу дисциплины).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание. Так по каждому разделу дисциплины идет накопление знаний, на проверку которых направлены такие оценочные средства как устный опрос и подготовка докладов. Далее проводится задачное обучение, позволяющее оценить не только знания, но умения, навык и опыт применения студентов по их применению. На заключительном этапе проводится тестирование, устный опрос или письменная контрольная работа по разделу.
Промежуточная аттестация осуществляется, в конце каждого семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде выставления зачета.
Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся. Промежуточная аттестация в форме зачета проводится в форме компьютерного тестирования или устного опроса.

Аттестационные испытания в форме зачета проводятся преподавателем, ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические занятия. Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре.
Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, могут допускаться на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.
Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться рабочей программой дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой,

калькуляторами.
Оценка результатов компьютерного тестирования и устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения.

Порядок подготовки и проведения промежуточной аттестации в форме зачета

Действие	Сроки заочная форма	Методика	Ответственный
Выдача заданий к зачету	1 занятие	На лекциях, по интернет	Ведущий преподаватель или преподаватели, ведущие практические занятия
Консультации	в сессию	На групповой консультации	Ведущий преподаватель или преподаватели, ведущие практические занятия
Зачет	в сессию	компьютерное тестирование	Ведущий преподаватель или преподаватели, ведущие практические занятия
Формирование оценки («зачтено»/ «не зачтено»)	На зачете	В соответствии с критериями	Ведущий преподаватель или преподаватели, ведущие практические занятия

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература	**Количество в библиотеке/ ссылкана ЭБС**
Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229592. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229592
Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277271. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/277271
«Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/158525. — Режим доступа: для авториз. пользователей	https://e.lanbook.com/book/158525
Дополнительная литература	**Количество в библиотеке/ ссылка на ЭБС**
Якутина, Е. Н. Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии : учебное пособие / Е. Н. Якутина. — Москва : МосГУ, 2021. — 276 с. — ISBN 978-5-907410-39-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/259394. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/259394

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых о неаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к практическим занятиям с практикоориентированными заданиями.

При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные опросы. В течение практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем, что зачитывается как текущая работа студента и оценивается по критериям, представленным в пунктах 6.4 РПД.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

При подготовке доклада рекомендуется сделать следующее. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с практикой. Подготовить сопроводительную слайд-презентацию и/или демонстрационный раздаточный материал по выбранной теме. Рекомендуется провести дома репетицию выступления с целью отработки речевого аппарата и продолжительности выступления(регламент– 7-10 мин.).

Выполнение индивидуальных типовых задач.

В случае пропусков занятий, наличия индивидуального графика обучения и для закрепления практических навыков студентам могут быть выданы типовые индивидуальные задания которые должны быть сданы в установленный преподавателем срок.

Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с учебной и научной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на практических занятиях, к контрольным работам, тестированию. Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны быть выполнены также аккуратно, содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим обучающимся.

В процессе работы с учебной и научной литературой обучающийся может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

9. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Перечень лицензионного программного обеспечения:
MSWindows 7 OEMSNGLOLPNLLegalizationGetGenuinewCOA
Office Standard 2016
OpenOffice Свободно распространяемое ПО
Google Chrome Свободно распространяемое ПО
Yandex Browser Свободно распространяемое ПО
Unreal Commander Свободно распространяемое ПО
Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное ПО
7-zip Свободно распространяемое ПО
Dr.Web
Лаборатория ММИС«Планы»

Перечень профессиональных баз данных
1. БД «AGROS» режим доступа:
http://www.cnshb.ru/artefact3/ia/ia1.asp?lv=11&un=anonymous&p1=&em=c2R
2.БД «AGRO» режим доступа: https://agro.ru/
3. ЭБС «Лань» режим доступа: e.lanbook.com
4. КонсультантПлюс режим доступа: www.consultant.ru
5. eLIBRARY.RU режим доступа: www.elibrary.ru

Перечень информационных справочных систем

Наименование ресурса	Режим доступа
Консультант плюс	http://www.consultant.ru/
Гарант	http://www.garant.ru/
Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики	http://www.gks.ru
Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области	http://www.don-agro.ru
Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.rst.gov.ru/portal/gost
Официальный портал правительства Ростовской области	http://www.donland.ru
Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru
Библиотека диссертаций и авторефератов России	http://www.dslib.net/

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации.
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования – укомплектовано специализированной мебелью для хранения оборудования и техническими средствами для его обслуживания.

Оснащенность и адрес помещений

Наименование помещений	Адрес (местоположение) помещений
Аудитория № 10э Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, парта аудиторная – 12 шт, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: специализированное учебное оборудование - (шкаф сушильный ШЭС-3М, шкаф сушильный ШС-0,25-2,0; печь электрическая, термостат воздушный, весы электронные, калориметр фотоэлектрический КФ-3, калориметр фотоэлектрический КФ-2, центрифуга LC-425, нитрат-тестер СОЭКС (переносной), ЭКОТЕСТ (переносной), термометр жидкостный (переносной), дозиметр (переносной), индикатор радиоактивности RADEX PD 1503, прибор для определения влажности пищевых продуктов «Кварц-21М-33»; центрифуга; прибор для определения группы чистоты молока, гигрометр психрометрический; прибор для определения влажности пищевых продуктов «ЭВЛАС-2М»; люминоскоп «Филин»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, п. Персиановский, ул. Мичурина дом 13а
Лаборатория № 16э Технические средства: центрифуга «Ока»; вытяжной шкаф; сыроварня Bergman 12л; гастроемкость; водонагреватель; шкаф напольный «Тортора» (мойка); шкаф лабораторный – 3 шт.; реактивы; лабораторная посуда; стол.	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Лаборатория № 19э Технические средства: микроскоп «Биомед-2»; люминоскоп настольный ЛН-3У «Сова»; термостат ТС; кастрюля нержавеющая 20 л; холодильник «Атлант»; электрическая печь; стол – 3 шт.; шкаф книжный – 1 шт.; тумба – 1 шт.	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Аудитория № 21 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектованная специализированной мебелью (рабочие места членов комиссии/преподавателя, столы, стулья, трибуна). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования - проекционный экран (1), мультимедийный проектор (1), ноутбук (переносной), принтер (1); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин (переносное). Windows 8.1 Лицензия № 64496831 от 12.12.2014 OPEN 94501246ZZE1612 от Microsoft Volume Licensing Service Center; Office Standard 2016 Лиц. № 66241743 OPEN 96247974ZZE1712 от Microsoft Volume Licensing Service Center; Office; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Unreal commander Свободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Google ChromeСвободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №2789-24 от 16 мая 2024 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, п. Персиановский, ул. Кривошлыкова, дом № 27
Аудитория № 21э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплек- тованная специализированной мебелью (рабочее место	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул.

преподавателя, столы, сту- лья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования - проектор Beng Mx560; ноутбук (переносной); экран; , веб-камера Logitech;трибуна; стул на раме- 28 шт.; парта аудиторная – 14 шт.; выставочный стол с тумбой – 3 шт.; стол преподавателя – 1 шт.; учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин ; шкаф с муляжами продовольственных товаров. Специализированное учебное оборудование – термометр ТР101; ложка-весы электронная до 500 гр.; маслобойка Melasty 10л; сепаратор электрический Сибирь-120 с регулятором; мороженица автоматическая Nemox I-GREEN Gelatissimo Exclusive Black 1,7 л; йогуртница ROMMELSBA CHER JG 40; пресс для прессования сырного зерна малый пневматический; нож- лопатка для мягких сыров «Сырный ломтик»; форма для сыра с крышкой-поршнем на 500 гр.; набор для приготовления творога и сыра BRADEX TK 00192; водяная баня SHHW21600All двухуровневая (+100С); анализатор молока Ekomilk TOTAL КАМ-98-2А; прибор для определения влажности пищевых продуктов «Элекс-7МТ»; термостат ТС 1/80; шкаф суховоздушный ШС-80; зонд pH Testo 206 ГТД; рефрактометр ручной; люминометр 3M Clean-Trace LM1 с поверкой ГТД; центрифуга ЦЛМ 1-12. MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center; OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	Мичурина, дом № 13а
Аудитория № 22э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования - (проектор, ноутбук (переносные), экран, телевизор Toshiba); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин - шкаф с муляжами непродовольственных товаров. MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center; OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Аудитория № 29э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования (проектор (переносной), ноутбук (переносной), экран); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин. MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а

№ 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center;OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	
Аудитория № 2э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования (экран (переносной), проектор (переносной), ноутбук (переносной); специализированное учебное оборудование - (комплект мебели магазина (кассовый аппарат, муляжи продуктов питания, витрина, стеллажи), витрина-холодильник); учебно-наглядные пособия обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center;Google Chrome Свободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Unreal Com-mander Свободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Кабинет № 45 Помещение для самостоятельной работы (электронный читальный зал), укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации. Windows 8.1 Лицензия №65429551 от 30.06.2015 OPEN 95436094ZZE1706 от Microsoft Volume Licensing Service Center; Office Standard 2013 Лицензия № 65429549 от 30.06.2015 OPEN 95436094ZZE1706 Microsoft Volume Licensing Service Center; OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПОYandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «АС «Нагрузка» Договор 8630 от 04.10.2021 между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»; Лаборатория ММИС Деканат Договор №3830-254 от 14 апреля 2024 между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»; Лаборатория ММИС»Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. г между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»; Система контент –фильтрации SkyDNS (SkyDNS агент) Договор № 2789-24 от 16 мая 2024 г. г. ООО «СкайДНС»; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License	346493, Ростовская область, Октябрьский район, п. Персиановский, ул.Кривошлыкова, дом № 27