

*Компонент дополнительной общеобразовательной
(общеразвивающей) программы
«Введение в рекламную деятельность»,
утвержденной Ректором Ю.И. Богомоловой,
принятой на заседании Ученого совета ИМЭС
Протокол от 27.04.2023 г. № 9*

2.6. Рабочие программы курсов

2.6.1 Рабочая программа курса «Офисные и прикладные программы»

1. Целью курса «Офисные и прикладные программы» является получение теоретических знаний и практических навыков, позволяющих стать квалифицированным пользователем компьютерной техники, решать профессиональные и научные задачи с помощью прикладного программного обеспечения.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; принципы работы средств реализации информационных процессов, базовых программных продуктов для осуществления профессиональной деятельности.

Уметь: анализировать информацию, средства реализации информационных процессов, информационные технологии и выбирать из них соответствующие для решения профессиональных задач.

Владеть: навыками обработки информации с применением программных средств и информационных технологий для профессиональной деятельности.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 108 часа, в т.ч. практика – 28 часа, самостоятельная работа – 80 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Основные понятия информации. Программные средства реализации информационных процессов	-	2	16
2	Технические средства реализации информационных процессов	-	2	16
3	Программные средства обработки текстовой информации	-	2	16
4	Программные средства работы с таблицами и графической информацией	-	2	16
5	Компьютерные сети. Методы защиты информации	-	2	16
Итого:		-	28	80

5. Оценочные материалы

Типовой тест

- Информацию, отражающую истинное положение дел, называют:
 - понятной;
 - достоверной;
 - объективной;
 - полной.
- Примером текстовой информации может служить:
 - таблица умножения на обложке школьной тетради;
 - иллюстрация в книге;
 - правило в учебнике родного языка;
 - фотография;
 - музыкальное произведение.
- В данном списке перечислены равные объемы информации – ...
 - 0,1 бит, 100 байт, 0,1 Мегабайт;
 - 0.25 Килобайт, 256 байт, 2048 бит;
 - 0.1 Мегабайт, 100 Килобайт, 256 бит;
 - 0.01 Килобайт, 32 байт, 512 бит.
- Вся информация в памяти компьютера представляется (хранится, обрабатывается):
 - байтовыми комбинациями;
 - символами стандарта ASCII;
 - битовыми комбинациями;
 - технологическими мощностями.
- Последовательность, которая отражает истинную хронологию – ...
 - почта, телеграф, телефон, телевидение, радио, компьютерные сети;
 - почта, телевидение, радио, телеграф, телефон, компьютерные сети;
 - почта, телефон, телеграф, телевидение, радио, компьютерные сети;
 - почта, телеграф, телефон, радио, телевидение, компьютерные сети.

6. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

- Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15819-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509820>
- Колокольникова, А. И. Информатика : учебное пособие : [16+] / А. И. Колокольникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 290 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596690>
- Трофимов, В. В. Информатика в 2 т. Том 1 : учебник для вузов / В. В. Трофимов, М. И. Барабанова ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 553 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

02613-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512761>

4. Информатика в 2 т. Том 2 : учебник для вузов / В. В. Трофимов [и др.] ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02615-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512762>

Дополнительная литература

1. Асташова, Т. А. Информатика : учебное пособие : [16+] / Т. А. Асташова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 108 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574622>

2. Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.] ; под редакцией Г. Е. Кедровой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 662 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16197-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530602>

3. Волкова, В. Н. Теория информационных процессов и систем : учебник и практикум для вузов / В. Н. Волкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05621-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511112>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
3. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
4. <https://www.consultant.ru/online/> - Информационная справочная система
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел Информатика и информационные технологии - http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

2.6.2. Рабочая программа курса «Экономическая культура и финансовая грамотность»

1. Целью курса «Экономическая культура и финансовая грамотность» является формирование культуры экономического мышления и функциональной финансовой грамотности, позволяющей анализировать проблемы и происходящие изменения в сфере экономики, выработать на этой основе аргументированные суждения, умения оценивать возможные последствия принимаемых решений.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; сущность экономических институтов, их роль в социально-экономическом развитии общества.

Уметь: обосновывать экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

Владеть: основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; навыкам поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 144 часа, в т.ч. теория – 28 часов, практика – 28 часов, самостоятельная работа – 88 часов. Очно-заочная форма: всего 144 часа, в т. ч. Теория – 6 часов, практика 4 часа, самостоятельная работа 134 часа.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Банки: услуги и продукты	4	4	14
2	Кредит и условия его получения	4	4	14
3	Фондовый рынок: как его использовать для роста доходов	4	4	14
4	Налогообложение физических лиц	6	6	16
5	Пенсионное обеспечение и финансовое благополучие старости	4	4	14
6	Основы предпринимательства, открытие собственного бизнеса	6	6	16
Итого:		28	28	88

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Банки: услуги и продукты	1		23
2	Кредит и условия его получения	1		23
3	Фондовый рынок: как его использовать для роста доходов	1	1	22
4	Налогообложение физических лиц	1	1	22
5	Пенсионное обеспечение и финансовое благополучие старости	1	1	22
6	Основы предпринимательства, открытие собственного бизнеса	1	1	22
Итого:		6	4	134

5. Оценочные материалы

Типовой тест

- Кредитная организация, которая на основе специального разрешения (лицензии) Центрального банка осуществляет банковские операции, — это:
 - центральный банк;
 - коммерческий банк;
 - депонент;

г) страховая компания.

2. Что из перечисленного ниже не является активом банка?

- а) кредиты промышленным предприятиям;
- б) кредиты домашним хозяйствам;
- в) депозиты физических и юридических лиц;
- г) акции транснациональной корпорации.

3. Ставка процента по депозитам и кредитам, предлагаемая банком, — это:

- а) Номинальный процент;
- б) Эффективный процент;
- в) Реальный процент;
- г) Сложный процент.

4. Банковская система в рыночной экономике состоит из:

- а) центрального банка и Министерства финансов;
- б) большого количества коммерческих банков;
- в) центрального банка и коммерческих банков;
- г) коммерческих банков и правительства.

5. Депозит — это:

- а) активы, размещённые на хранение;
- б) запись, используемая для учёта финансовых операций;
- в) деньги, которые банк дал в кредит фирме;
- г) процент, под который Центральный банк даёт кредит коммерческим банкам.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Айзман, Р. И. Методика обучения экономике: финансовая грамотность и Нефедова, В. Н. Основы экономических знаний : учебное пособие для вузов / В. Н. Нефедова, В. Л. Бенин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 73 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14932-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520265>

2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 434 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13672-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468487>

3. Финансы, деньги и кредит : учебник и практикум для вузов / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10230-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451187>

4. Фрицлер, А. В. Персональные (личные) финансы : учебное пособие для вузов / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14664-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496696>

Дополнительная литература

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 483 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13182-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470376>

2. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для вузов / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Е. А. Кировой. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 483 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14806-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488995>

3. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00872-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450349>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
3. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
4. <https://www.consultant.ru/online/> - Информационная справочная система «КонсультантПлюс»

2.6.3 Рабочая программа курса «Основы маркетинга»

1. Целью курса «Основы маркетинга» является изучение, систематизация и закрепление знаний теоретических и методических основ организации маркетинговой деятельности в организациях, овладение приемами сегментации потребительского рынка, исследование основ товарной политики, усвоение методов организации маркетинговых коммуникаций.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: основные понятия маркетинга, сегментов рынка и сегментирования.

Уметь: анализировать практическую ситуацию и предлагать решение определенных в ней задач, в том числе, с учетом тенденций развития рынка региона, страны и мира.

Владеть: навыками применения полученных знаний при решении профессиональных задач.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 108 часов, в т.ч. теория – 14 часов, практика – 14 часов, самостоятельная работа – 80 часов. Очно-заочная форма: всего 108 часов, в т. ч. теория – 6 часов, практика 2 часа, самостоятельная работа 100 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Социально-экономические основы маркетинга	2	2	20
2	Сегментирование рынка и позиционирование товара	4	4	20
3	Товарная политика предприятия и товародвижение	4	4	20
4	Маркетинговая коммуникация	4	4	20
Итого:		14	14	80

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Социально-экономические основы маркетинга	1	1	25
2	Сегментирование рынка и позиционирование товара	1	-	25
3	Товарная политика предприятия и товародвижение	2	1	25
4	Маркетинговая коммуникация	2	-	25
Итого:		6	2	100

5. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Потребностью, подкрепленная покупательной способностью называется...
 - а) нужда;
 - б) товар;
 - в) интерес;
 - г) запрос.
2. Сегментация рынка — это:
 - а) разделение территории рынка на отдельные сегменты;
 - б) стратегия выборочного проникновения на рынок;
 - в) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
 - г) разбивка рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга.
3. Стратегия охвата рынка, при которой организация игнорирует специфику отдельных сегментов рынка и выходит на весь рынок или на его крупные сегменты с одним продуктом, используя массовые системы товародвижения и массовые рекламные кампании это:
 - а) индивидуализированный маркетинг;

- б) недифференцированный маркетинг;
- в) дифференцированный маркетинг;
- г) концентрированный маркетинг.

4. Ограниченный по масштабам вид бизнеса или сфера хозяйственной деятельности с резко очерченным кругом потребителей, высоким спросом на продукцию и низким уровнем конкуренции это:

- а) доля рынка;
- б) сегмент рынка;
- в) региональный маркетинг;
- г) рыночная ниша.

5. Предлагаемый на продажу товар с определенным набором физических свойств, с определенным уровнем качества, марочным названием, упаковкой и дополнительными услугами называется:

- а) товар по замыслу;
- б) товар в реальном исполнении;
- в) товар с подкреплением;
- г) товар в полном смысле.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531182>.

2. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509104>

3. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489477>

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491318>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490035>

3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489446>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. <https://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. www.marketing.spb.ru - сайт «Энциклопедия маркетинга», включающий актуальные материалы по маркетинговой проблематике.
5. www.sostav.ru – сайт, посвященный проблемам маркетинга и рекламы, содержит новости маркетинга и содержательный словарь. Включает аналитические и исследовательские материалы.
6. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»

2.6.4 Рабочая программа курса «Риторика и культура речи»

1. Целью курса «Риторика и культура речи» является приобретение знаний и навыков ораторского мастерства и культуры речи, грамотное использование богатства русского литературного языка в процессе общения, при создании профессиональных текстов в устной и письменной формах.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: нормы русского языка в области устной и письменной речи; основы риторики и ораторского мастерства.

Уметь: осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке; логически, верно, аргументировано, ясно строить устную и письменную речь.

Владеть: навыком осуществления деловой коммуникации в устной и письменной форме; навыком осуществления деловой коммуникации в устной и письменной форме в профессиональной деятельности.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 144 часа, в т.ч. теория – 28 часов, практика – 28 часов, самостоятельная работа – 88 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/ п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятель ная работа
		Теория	Практика	
1	Нормы русского литературного языка.	10	8	29
2	Функциональные стили русского языка.	8	8	29
3	Риторика. Основы ораторского мастерства.	10	12	30
Итого:		28	28	88

5. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Оба варианта являются литературной нормой в ряду:

- а) жАлюзи – жалюзИ;
- б) лОсось – лосОсь;
- в) кУхонный – кухОнный;
- г) ходАтайство – ходатАйство.

2. Найдите ошибку в образовании формы слова.

- а) в пятистах шагах;
- б) пять килограммов;
- в) более красивее;
- г) лягте на коврик.

3. Две основные функции - сообщения и воздействия - характерны для этого стиля:

- а) научного;
- б) официально-делового;
- в) публицистического;
- г) разговорного.

4. Сочетание экспрессии и стандарта – такой принцип организации языковых средств характерен для стиля:

- а) публицистического;
- б) научного;
- в) художественного;
- г) официально-делового.

5. Расположение аргументов таким образом, чтобы их доказательная сила возрастала, называют аргументацией:

- а) односторонней;
- б) двусторонней;
- в) нисходящей;
- г) восходящей.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

2. Дзялошинский, И. М. Риторика : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 232 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02665-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511327>

3. Риторика : учебник для вузов / В. Д. Черняк [и др.] ; под общей редакцией В. Д. Черняк. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 414 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6672-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510612>

Дополнительная литература

1. Ивин, А. А. Риторика : учебник и практикум для вузов / А. А. Ивин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01111-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511845>

2. Виноградова, С. М. Риторика : учебник и практикум для вузов / С. М. Виноградова, И. С. Силин ; под редакцией С. М. Виноградовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01235-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511293>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - <http://gramota.ru/>
5. Лингвострановедческий словарь Россия – Портал «Образование на русском» - <https://pushkininstitute.ru/> (рекомендуется для иностранных студентов)
6. Портал популяризации культурного наследия и традиций народов России "Культура.РФ" - <https://www.culture.ru>
7. Электронная библиотека словарей русского языка: толковые, иностранных слов, орфографический, семантический. СЛОВАРИ.РУ www.slovari.ru

2.6.5 Рабочая программа курса «Иностранный язык (английский)»

1. Целью курса «Иностранный язык (английский)» приобретение студентами коммуникативной компетенции, уровень которой достаточен для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой и культурной сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего обучения по программам, связанным с изучением английского языка.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: базовые нормы употребления фонетики, грамматики и лексики английского языка, необходимые для осуществления межличностного общения в рамках определенных разговорно-бытовых тем.

Уметь: понимать основное содержание несложных аутентичных текстов бытовой, учебно-познавательной, социально-культурной тематики; начинать, вести (поддерживать) диалог об увиденном, услышанном или прочитанном, задавать вопросы; делать сообщения.

Владеть: навыками использования монологической и диалогической устной и письменной речи в ситуациях бытового общения в пределах изученного языкового материала.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 144 часа, в т.ч. практика – 56 часов, самостоятельная работа – 88 часов. Очно-заочная форма: всего – 252 часа, теория – 6 часов, практика – 6 часов, самостоятельная работа – 132 часа.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Режим дня	-	18	30
2	Домашние обязанности	-	18	30
3	Хобби	-	20	28
Итого:		-	56	88

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Режим дня	2	2	44
2	Домашние обязанности	2	2	44
3	Хобби	2	2	44
Итого:		6	6	132

5. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Выберите форму множественного числа существительного Cactus:

- cactes;
- cactuses;
- cacti;
- cactis;
- cactisis.

2. Выберите форму единственного числа существительного Data:

- datum;
- date;
- datas;
- dates;
- dat.

3. Вставьте нужную форму глагола to be в Present Simple:

1. These trousers _____ too long.
2. My hair _____ a mess today.
3. My shorts _____ too dirty.
4. Be careful. Those scissors _____ too sharp.
5. This pair of scissors _____ blunt.
6. His new furniture _____ very modern.
7. His new clothes _____ very smart.
8. The money in the jar _____ for the shopping.

4. Подберите к лексическим выражениям по теме Daily routine в левой колонке русские эквиваленты:

1. Daily routine а. принимать душ
2. An early riser b. отдыхать
3. To take a shower с. приводить волосы в порядок
4. To order one's hair d. ранняя пташка
5. To put on make-up e. ежедневные дела
6. To be late for f. наносить макияж
7. To go to work by car g. опаздывать на
8. To have a rest h. ездить на работу на машине

5. Раскройте скобки, употребив глаголы в форме времени Past Simple или Continuous:

1. Does he smoke? – No, but he _____ (do) for many years.
2. Jenny _____ (cut) the cake and _____ (put) a large piece on Betty's plate.
3. He _____ (look) at her for a moment with surprise. She _____ (not raise/even) her head.
4. _____ (be/she) glad to see you? – No, she _____ (not smile/even) when she _____ (see) me.
5. I _____ (think) about his offer until I _____ (know) what to do.
6. Robert _____ (talk) to some of the other guests on the terrace when Hardy _____ (come) in.
7. _____ (you/have) a nice chat? – No, he _____ (be) rude as usual.
8. It was chaos: around us people _____ (talk) German, Italian and English.
9. The house _____ (hum) with activity. The family _____ (prepare) for the party.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Левченко, В. В. Английский язык. General & Academic English (A2–B1) : учебник для вузов / В. В. Левченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8745-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511923>.

2. Архипович, Т. П. Английский язык для гуманитариев (B1). Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. П. Архипович, В. А. Короткова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16365-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530885>

3. Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык (A2–B2) : учебник и практикум для вузов / Ю. Б. Кузьменкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15064-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510704>

Дополнительная литература

1. Цатурян, М. М. Английский язык. Домашнее чтение : учебное пособие для вузов / М. М. Цатурян. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 214 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01392-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512926>

2. Полубиченко, Л. В. Английский язык: лексика. Начальный уровень (A2-B2) : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. Э. Кожарская, А. С. Изволенская ; под редакцией Л. В. Полубиченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16357-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530852>

3. Минаева, Л. В. Английский язык. Навыки устной речи (I am all Ears!) : учебное пособие для вузов / Л. В. Минаева, М. В. Луканина, В. В. Варченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16751-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531639>

4. Токарева, Н. Д. Английский язык (A2–B2). Страноведение: Россия. Russia as it is : учебное пособие для вузов / Н. Д. Токарева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08838-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516730>

5. Комарова, А. И. Английский язык. Страноведение : учебник для вузов / А. И. Комарова, И. Ю. Окс, В. В. Колосовская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11328-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515440>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. Информационная система Everyday English in Conversation - <http://www.focusenglish.com>
3. База данных [Oxford Journals](http://www.oxfordjournals.org) Оксфордская открытая инициатива включает полный и факультативный открытый доступ к более, чем 100 журналам, выбранным из каждой предметной области - https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences
4. On line словарь и тезаурус Cambridge Dictionary - <https://dictionary.cambridge.org/ru/>
5. ЭБС «Образовательная платформа Юрайт» <https://urait.ru>
6. http://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
7. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент

2.6.6 Рабочая программа курса «Теория коммуникации»

1. Целью курса «Теория коммуникации» является формирование у обучающихся компетенции в области коммуникативного знания, принципов построения коммуникации, осуществления и контроля информационного воздействия коммуникации на современное общество.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: основные виды, средства, формы и методы коммуникации.

Уметь: анализировать теоретические модели коммуникативных процессов, коммуникативных систем различных типов, применяемых в медиа- и коммуникационных продуктах.

Владеть: базовыми навыками осуществления коммуникации; основами и правилами коммуникационного взаимодействия в различных профессиональных и языковых средах при создании медиатекстов и медиапродуктов и коммуникационных продуктов, востребованных обществом и индустрией.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 144 часа, в т.ч. теория – 28 часов, практика – 28 часов, самостоятельная работа – 88 часов. Очно-заочная форма: всего – 144 часа, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 4 часов, самостоятельная работа – 134 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.	4	4	14
2	Эволюция теорий коммуникации	4	4	14
3	Коммуникация: содержание, виды, типы	6	4	15
4	Коммуникативный процесс: структура и содержание	4	6	15
5	Эффективность коммуникации	6	6	15
6	Личность в системе социальной коммуникации	4	4	15
Итого:		14	14	88

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.	1	-	22
2	Эволюция теорий коммуникации	1	-	22
3	Коммуникация: содержание, виды, типы	1	1	22
4	Коммуникативный процесс: структура и содержание	1	1	22
5	Эффективность коммуникации	1	1	23
6	Личность в системе социальной коммуникации	1	1	23
Итого:		6	4	134

5. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:
 - а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности;
 - б) организационной структуры редакции;
 - в) транспортной инфраструктуры;
 - г) процесса создания медиаматериала.
2. Коммуникация представляет собой процесс взаимодействия с целью ...
 - а) создавать, передавать и принимать информацию;
 - б) управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории;
 - в) получения материальной прибыли посредством продвижения товаров;
 - г) управления и удовлетворения запросов заказчика.
3. Массовой коммуникацией можно называть процесс взаимодействия ...

- а) с малым количеством людей;
- б) с большим количеством людей;
- в) с небольшим количеством людей;
- г) с узкоспециализированной аудиторией.

4. Кодирование как элемент коммуникации представляет собой ...

- а) перевод идей и замыслов отправителя;
- б) перевод с языка отправителя на язык получателя;
- в) перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя;
- г) перевод с языка получателя на массовый.

5. К социальной коммуникации относится:

- а) процесс передачи и восприятия информации разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;
- б) сообщения в средствах массовой информации;
- в) процесс исключительно массового общения;
- г) процесс исключительно межличностного общения.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510671>.

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489716>

Дополнительная литература

1. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489887>

2. Бутенина, Е. М. Практикум по межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14071-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497534>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. — Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

2. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

3. Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и

дизайне) <http://www.advschool.ru/>

4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

5. ЭБС «Образовательная платформа Юрайт». — Режим доступа: <http://https://urait.ru>

2.6.7 Рабочая программа курса «Основы менеджмента»

1. Целью курса «Основы менеджмента» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: понятие и содержание формальных и неформальных отношений в организации; особенности внутригрупповых отношений; понятие и факторы, влияющие на эффективность управления; подходы к оценке эффективности управления.

Уметь: анализировать отношения в организации с учетом особенностей поведения людей; проводить анализ эффективности управления при решении профессиональных задач.

Владеть: навыками взаимодействия с учетом особенностей поведения людей; навыками применения полученных знаний в своей профессиональной деятельности с целью повышения ее эффективности.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 108 часов, в т.ч. теория – 14 часов, практика – 14 часов, самостоятельная работа – 80 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Теории и методология менеджмента	3	3	20
2	Функции менеджмента	3	3	20
3	Формальные и неформальные отношения в организации	4	4	20
4	Эффективность менеджмента	4	4	20
Итого:		14	14	80

5. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Конечной целью менеджмента является:

- рационализация организации производства;
- обеспечение прибыльности предприятия;
- повышение мотивации работников.

2. Важнейшей функцией управления является ...

а) создание благоприятных условий для дальнейшего развития и функционирования предприятия

- б) повышение производительности труда работников;
 - в) постоянное внедрение достижений НТП в производство.
3. Методы менеджмента представляют собой...
- а) подходы к подбору и выбраковыванию ресурсов;
 - б) приемы и способы воздействия на коллектив, а также отдельно взятых работников для достижения целей и миссии организации;
 - в) способы повысить эффективность используемых ресурсов.
4. Текущий контроль в организации осуществляется ...
- а) путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;
 - б) путем наблюдения за работой работников;
 - в) с помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
 - г) путем докладов на сборах и совещаниях.
5. Осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом должен...
- а) специалисты;
 - б) руководители;
 - в) работники;
 - г) министерства.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16616-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531381>.
2. Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07558-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492203>
3. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489027>

Дополнительная литература

1. Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489310>
2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488680>

3. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента : учебник и практикум для вузов / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05725-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490123>

4. Мардас, А. Н. Теория менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07387-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492204>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://www.consultant.ru/online/> - Информационная справочная система «КонсультантПлюс»
5. База данных «Библиотека управления» Корпоративный менеджмент - <https://www.cfin.ru/>

2.6.7 Рабочая программа курса «Лидерство и командная работа»

1. Целью курса «Лидерство и командная работа» является формирование у студентов представлений о психологических аспектах лидерства, особенностях личностного влияния и управления другими людьми, принципах формирования команды и ее успешное функционирование.

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать: основные теории и стратегии взаимодействия людей в команде; основы персональной и командной ответственности.

Уметь: анализировать ситуации и организовывать взаимодействие для достижения командных результатов; распределять роли в команде с учетом персональной ответственности.

Владеть: современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение членов команды; навыками применения полученных знаний в своей профессиональной деятельности с целью повышения ее эффективности.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 108 часов, в т.ч. теория – 14 часов, практика – 14 часов, самостоятельная работа – 80 часов. Очно-заочная форма: всего – 108 часов, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 2 часа, самостоятельная работа – 100 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Личностная идентификация лидера	2	2	16
2	Селф-менеджмент лидера	4	4	16
3	Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами	4	4	16
4	Формирование команды	2	2	16
5	Динамика межличностных конфликтов	2	2	16
Итого:		14	14	14

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Личностная идентификация лидера	3	3	20
2	Селф-менеджмент лидера	3	3	20
3	Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами	4	4	20
4	Формирование команды	4	4	20
5	Динамика межличностных конфликтов			
Итого:		14	14	80

6. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Достижение эффекта личного притяжения является _____ управления впечатлением:

- а) задачей;
- б) инструментом;
- в) предметом;
- г) целью.

2. К предпосылкам сплоченности можно отнести:

- а) наличие общей территории;
- б) совместимость;
- в) совместную деятельность членов группы;
- г) срабатываемость.

7. Наличие таких базовых навыков, развитие которых позволит стать эффективным лидером с наименьшими усилиями или в более короткий срок, называют:

- а) лидерским потенциалом;

- б) лидерскими способностями;
- в) лидерскими умениями.

4. Свойство группы, связанное с ценностно-ориентационным единством и предметно-ценностным единством:

- а) коллективность;
- б) сплоченность;
- в) дружба;
- г) осознанность.

5. Метод, направленный на изучение социально-психологического климата, характера отношений и структуры коллектива, позволяющий выявить лидера:

- а) наблюдение;
- б) проективный метод;
- в) социометрия;
- г) самооценочный опросник.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Ильин, В. А. Психология лидерства : учебник для вузов / В. А. Ильин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01559-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511051>

2. Спивак, В. А. Лидерство : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6921-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489281>

3. Корниенко, В. И. Командообразование : учебник для вузов / В. И. Корниенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14723-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497114>

Дополнительная литература

1. Байдаков, А. Н. Лидерство и командообразование : учебное пособие : / А. Н. Байдаков, А. В. Назаренко, О. С. Звягинцева ; Ставропольский государственный аграрный университет. — Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2019. — 132 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614106>

2. Камнева, Е. В. Тренинг командообразования и групповой работы: учебник / Е. В. Камнева, Н. С. Пряжников, М. В. Полевая; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва: Прометей, 2019. — 219 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576048>

3. Селезнева, Е. В. Лидерство : учебник и практикум для вузов / Е. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08397-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489015>

4. Петренко, Е. С. Современные практики принятия управленческих решений: лидерство и саморазвитие=Modern management decisionmaking practices: leadership and self-development: учебное пособие / Е. С. Петренко, Л. В. Шабалтина, А. В. Варламов. — Москва:

Креативная экономика, 2019. – 102 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599622>.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
3. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
4. Официальный сайт тайм-менеджерского сообщества <http://www.improvement.ru/>
5. <https://student2.consultant.ru> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент

2.6.8 Рабочая программа курса «Основы рекламной деятельности»

1. Целью курса «Основы рекламной деятельности» является формирование у обучающихся представления о характере, целях, задачах, направлениях профессиональной деятельности интернет-маркетолога, социальной роли интернет-маркетинга как направления профессиональной деятельности; формирование готовности обучающихся к профессиональной деятельности в сфере разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. В результате изучения курса обучающийся должен:

Знать:

– основы рекламной и маркетинговой деятельности.

Уметь:

– осуществлять сбор и анализировать маркетинговую информацию.

Владеть:

– навыком определения направленности маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», их видов, эффективности применяемых в исследовании методов.

3. Объем курса. Очная форма: всего – 108 часов, в т.ч. теория – 14 часов, практика – 14 часов, самостоятельная работа – 80 часов. Очно-заочная форма: всего – 108 часов, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 2 часа, самостоятельная работа – 100 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения курса.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

Очная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Интернет-маркетинг как вид профессиональной деятельности	2	1	11
2	Профессия «интернет-маркетолог»: понятие, сущность и содержание	2	2	11
3	Интернет-маркетинг как специальность	2	1	11
4	Личность интернет-маркетолога	2	2	11
5	Профессиональное поведение интернет-маркетолога	2	2	12
6	Маркетологическое образование	2	2	12
7	Наука маркетинга	2	2	12
Итого:		14	14	80

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Интернет-маркетинг как вид профессиональной деятельности	-	-	14
2	Профессия «интернет-маркетолог»: понятие, сущность и содержание	1	1	14
3	Интернет-маркетинг как специальность	1	-	14
4	Личность интернет-маркетолога	1	1	14
5	Профессиональное поведение интернет-маркетолога	1	-	14
6	Маркетологическое образование	1	-	15
7	Наука маркетинга	1	-	15
Итого:		6	2	100

5. Оценочные материалы

Типовой тест

1. Интернет-маркетинг – это...
 - а) практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью управления взаимоотношениями с покупателями продукта;
 - б) практика использования традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям;
 - в) практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними.

2. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...
 - а) идея маркетинга;
 - б) цель маркетинга;
 - в) функция маркетинга;
 - г) стратегия маркетинга.

3. Маркетинговое исследование — это:
 - а) сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем;
 - б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
 - в) исследование маркетинга.

4. Не верным является высказывание:
 - а) интернет-маркетинг – включает комплекс мер в среде интернет по развитию бизнеса;
 - б) интернет-маркетинг – включает комплекс мер по привлечению и удержанию клиентов посредством интернета;
 - в) интернет-маркетинг один из синонимов понятия "электронная коммерция";
 - г) интернет-маркетинг включает комплекс мер по исследованию интернета для оценки и анализа рынков — с помощью онлайн-опросов.

5. Аналитическая функция маркетинга не включает:
 - а) изучение потребителей;
 - б) изучение внутренней среды компании;
 - в) изучение конкурентов;
 - г) информационное обеспечение маркетинга.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Нормативные правовые акты и иные документы (доступно по ссылке <http://pravo.gov.ru>)

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с последующими изм.) // Российская газета. - 1993. - 25 декабря.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть I) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1994. - № 32. - Ст. 3301.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть II) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1996. - № 5. - Ст. 410.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть III) от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2001. - № 49. - Ст. 4552.

5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть IV) от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2006. - № 52 (ч. 1). - Ст. 5496.

6. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» — Текст : электронный // Официальный интернет-портал правовой информации [сайт]. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201805070038>.

7. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» — Текст : электронный // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [сайт]. — URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>

Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827>

3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468484>

Дополнительная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507921>

2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489088>

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489042>

4. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 170 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438984>

5. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469320>

6. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469320>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://pravo.gov.ru> – Государственная система правовой информации «Законодательство России»

2. <http://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php> - База данных Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы»

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»: <http://biblioclub.ru>

4. ЭБС «Образовательная платформа Юрайт» <https://urait.ru>