

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Реклама, PR и бренд-менеджмент

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

38.03.02 - Менеджмент

---

Направленность образовательной программы

Менеджмент организации

---

Форма обучения

очная, очно-заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02.03 Реклама, PR и бренд-менеджмент относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-10: Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности	ПК-10.1: Представляет результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента для развития организации.	ПК-10.1: Знать сущность и этапы коммуникативного процесса как основы стратегии в области рекламы и PR, разработки и реализации бренда Уметь ставить маркетинговые и коммуникативные цели , разрабатывать креативную и медиастратегию в процессе планирования рекламной и PR-кампаний, разрабатывать и продвигать бренд Владеть методами продвижения , подходами к разработке бренда, обеспечивающими конкурентноспособность и развитие организации силами маркетингового подразделения.	Опрос	Экзамен: Тест

## 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная
Общая трудоемкость, з.е.	4	4
Часов по учебному плану	144	144
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		

- занятия лекционного типа	28	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	28	16
- КСР	2	2
самостоятельная работа	50	74
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	36 Экзамен

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО
Тема 1. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций.	15	14	4	2	4	2	8	4	7	10
Тема2. Планирование рекламной компании.	15	14	4	2	4	2	8	4	7	10
Тема3. Основные медиапоказатели.	15	14	4	2	4	2	8	4	7	10
Тема4.Разработка бюджета рекламы.	15	16	4	2	4	2	8	4	7	12
Тема 5. Сущность PR-деятельности.	15	16	4	2	4	2	8	4	7	12
Тема 6 . Основные понятия брендинга.	15	16	4	3	4	3	8	6	7	10
Тема 7. Брендинг.	16	16	4	3	4	3	8	6	8	10
Аттестация	36	36								
КСР	2	2					2	2		
Итого	144	144	28	16	28	16	58	34	50	74

### Содержание разделов и тем дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине

Тема 1. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций. Участники рекламного процесса. Схема рекламных коммуникаций.

Тема2. Планирование рекламной компании. Цели и стратегии рекламной компании. Связь плана маркетинга и плана рекламы.

Тема3. Основные медиапоказатели. Медиапланирование. Медиадокументы.

Тема4.Разработка бюджета рекламы. Контроль эффективности рекламы.

Тема 5. Сущность PR-деятельности. Цели PR. Инструменты PR. Особенности PR- кампаний.  
Тема 6 . Основные понятия брендинга. Подходы к разработке бренда ( восточный , западный, смешанный). Разновидности брендов и их модификаций.  
Тема 7. Брендинг. Этапы разработки бренда. Модели бренда. Атрибуты бренда. Разработка имени бренда. Разработка упаковки.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

нет

#### **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

##### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

##### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-10:**

1. Реклама: основные понятия. Рекламодатель. Рекламная компания. Рекламный менеджмент,
2. Учреждения, вовлеченные в сферу рекламного менеджмента Схема рекламных коммуникаций
3. Постановка целей рекламы. Процесс планирования рекламы: основные этапы. Связь плана маркетинга и плана рекламы.
4. Рекламное обращение: определение, структура. Модель рекламного воздействия. Креативная стратегия как результат понимания особенностей воздействия рекламы на потребителей.
5. Рейтинг и доля аудитории. Доля телезрителей.
6. Понятия: Гросс Рейтинг Ройнт (GRP). Охват аудитории Reach. Средняя частота восприятия. Frequency.
7. Стоимостные характеристики медиаплана (CPT, CPT OTS, CPP). Структура медиаплана.
8. Разработка бюджета рекламы.
9. Контроль эффективности рекламы.
10. Планирование рекламной кампании.
11. Особенности рекламы в интернете.

##### **Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим

Оценка	Критерии оценивания
	компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Незнание ни одного из теоретических вопросов билета, неумение решать задачи, отказ от ответа, пользование шпаргалкой.

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

					ошибок		
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

**5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

**5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10**

**1.Реклама-это:**

1. деятельность по установлению гармоничных, основанных на доверии отношений между компанией и самой широкой общественностью;
- 2.неличное, одностороннее, платное обращение от имени рекламодателя, агитирующее в пользу определённых товаров, услуг, идей, людей, территорий;
3. вид маркетинговых коммуникаций.

**2. Коммуникативные цели рекламы:**

1. увеличение продаж;
2. информирование о товарах. услугах, их характеристиках, преимуществах;
3. формирование позитивного отношения,
4. формирование намерения купить.
5. увеличение рыночной доли

**3.Медиапланирование - это:**

1. определение целей рекламы.
2. планирование содержания рекламных обращений;
3. планирование медиа и их носителей при проведении рекламных кампаний

**5 . Что понимается под позиционированием бренда?**

1. Выкладка товара в магазине.
2. Управление мнением потребителей относительно позиции марки среди других аналогичных марок.
3. Создание образа товара в сознании потребителей, так чтобы товар отличался от товаров конкурентов.

**6.Правильно расставьте основные этапы разработки плана рекламной кампании в оффлайн и онлайн:**

1. контроль эффективности рекламы;
- 2.определение целей маркетинга;
- 3.медиапланирование;
- 4.определение целей рекламы;
- 5.определение целевой аудитории;
- 6.разработка рекламного обращения;
- 7.анализ рынка ( потребителей, конкурентов, товара).

**7.Установите логическую последовательность следующих этапов планирования рекламной кампании в интернете;**

- 1.выбор рекламных площадок;
- 2 составление медиа – плана;
- 3.выбор форматов носителей
- 4.определение целевой аудитории.
- 5.определение целей рекламы.
6. определение целей маркетинга.

**Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена



Оценка	Критерии оценивания
	дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Незнание ни одного из теоретических вопросов билета, неумение решать задачи, отказ от ответа, пользование шпаргалкой.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Жесткова Н. А. Теория и практика рекламы : учебное пособие по дисциплине «теория и практика рекламы» по направлению подготовки «42.03.01 реклама и связи с общественностью» дневной и заочной формы обучения / Жесткова Н. А. - Самара : ПГУТИ, 2021. - 86 с. - Книга из коллекции ПГУТИ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=859704&idb=0>.
2. Кузьмина Ольга Геннадьевна. Бренд-менеджмент : Учебное пособие. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2024. - 176 с. - (Высшее образование). - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-369-01614-5. - ISBN 978-5-16-105501-4. - ISBN 978-5-16-012452-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=876543&idb=0>.
3. Кузьмина Ольга Геннадьевна. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы : Учебное пособие. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2023. - 187 с. - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-369-01756-2. - ISBN 978-5-16-106427-6. - ISBN 978-5-16-013757-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=890249&idb=0>.

4. Жильцова Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Москва : Юрайт, 2018. - 233 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9889-4 : 479.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=571496&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Бердникова Э. Н. Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития: XVIII Всероссийская научно-практическая конференция, 11 февраля 2021 г. / Бердникова Э. Н., Чепкасов Е. В. - Санкт-Петербург : СПбГУП, 2021. - 152 с. - Книга из коллекции СПбГУП - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7621-1119-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=865250&idb=0>.
2. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 222 с. - (Открытая наука). - ISBN 978-5-534-11845-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846159&idb=0>.
3. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 2. Научные опросы общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 308 с. - (Открытая наука). - ISBN 978-5-534-11847-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=844656&idb=0>.
4. Тульчинский Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 255 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-05503-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=841142&idb=0>.
5. Пономарёва Елена Анатольевна. Бренд-менеджмент : Учебник и практикум для вузов / Пономарёва Е. А. - Москва : Юрайт, 2021. - 341 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9046-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=762203&idb=0>.
6. Карпова С. В. Брендинг : учебник и практикум / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 439 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3732-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871763&idb=0>.

#### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Система электронного обучения в ННГУ:  
<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=3417>
2. Настройка рекламы в контакте:
3. <https://www.activetraffic.ru/target/nastrojka-reklamy-vkontakte>
4. Рекламная Кампания в Яндекс Директ. Обучающий курс  
<https://yandex.ru/adv/edu/direct/direct-start>.

#### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Макарычева Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Яшин Сергей Николаевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.12.2023, протокол № 6.