

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:38:58
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой МиМУ
_____ М.Л. Белоножко
«_____» _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: ВТЛ- технологии

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 10а от 5 мая 2023 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у студентов целостное представление и комплексное видение ВТL-технологий в рекламной деятельности

Основными задачами изучения курса являются:

1. Изучить влияние ВТL-технологий рекламы на деятельность отдельного предприятия и потребителей
2. Сориентировать в основных парадигмах единства влияния ВТL-технологий на коммуникационную политику предприятия, а также и обратную связь со стороны потребителей
3. Ознакомить с важнейшими ВТL-технологиями как составляющей процесса маркетинговых коммуникаций
4. Вооружить студентов знаниями закономерностей процесса рекламного творчества
5. Формировать умения и навыки практического использования организации ВТL-технологий в рекламной деятельности
6. Создать предпосылки для развития, заложенного в каждом человеке интеллектуального потенциала, способствующего профессиональному и личностному росту.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «ВТL- технологии» относится к элективным дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Основы теории коммуникации»; «Теория и практика рекламы»; «Рекламный менеджмент»; «Медиапланирование».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых рекламных продуктах
- основ современных информационно-коммуникационных технологий;
- принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в рамках теории коммуникации

Умения:

- самостоятельно и творчески использовать теоретические знания в области развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых рекламных продуктах в процессе последующего обучения и при прохождении производственной практики;
- разрабатывать и использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Владение:

- теоретическими знаниями в области развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых рекламных продуктах;
- современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями в рекламной деятельности
- навыками построения профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в рекламной деятельности

Содержание дисциплины «ВТL- технологии Теория и практика рекламы» служит основой для освоения дисциплин: «Digital-стартап», «Копирайтинг и нейминг».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.1. Гражданское законодательство Российской Федерации
		Знать 3.2. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		Уметь У.1 выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.3. основы проектной деятельности
		Знать 3.4. основные принципы организации рекламной кампании
		Умеет У.2. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
Владеть В.1. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия		

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	4/8	20	10	-	78	-	зачет
заочная	5/А	8	10	-	86	4	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины. очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	ВТЛ-технологии в России и за рубежом	4	2	-	15	21	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Практическое задание (Приложение 1)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	2	Сущность ВТЛ-технологии в рекламной деятельности, виды	4	2	-	15	21	ПКС-3.1 ПКС-3.2.	Практическое задание (Приложение 2)
3	3	Социально-правовые основы регулирования ВТЛ-технологий	4	2	-	15	21	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Проект (Приложение 3)
4	4	Организация ВТЛ – акций	4	2	-	15	21	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Презентация (Приложение 4)
5	5	Планирование использования ВТЛ-технологии	4	2	-	18	24	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Практическое задание (Приложение 5)
Итого:			20	10	-	78	108		

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	ВТЛ-технологии в России и за рубежом	1	1	-	17	19	ПКС-3.1 ПКС-3.2.	Практическое задание (Приложение 1)
2	2	Сущность ВТЛ-технологии в рекламной деятельности, виды	1	1	-	17	19	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Практическое задание (Приложение 2)
3	3	Социально-правовые основы регулирования ВТЛ-технологий	2	2	-	17	21	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Проект (Приложение 3)
4	4	Организация ВТЛ – акций	2	2	-	17	21	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Презентация (Приложение 4)
5	5	Планирование использования ВТЛ-технологии	2	4	-	18	24	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Практическое задание (Приложение 5)
6	Зачет		-	-	-	4	4	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к зачету (Приложение 6)
Итого:			8	10	-	90	180		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «ВТЛ-технологии в России и за рубежом».

Эволюция маркетинговых коммуникаций в России и за рубежом. Стратегические направления маркетинговых коммуникаций в к. 20 – н.21 вв, особенности современных ВТЛ-технологий в российской практике.

Раздел 2. «Сущность ВТЛ-технологии в рекламной деятельности, виды».

Сущность ВТЛ-технологии в рекламной деятельности, цели и функции коммуникационной деятельности организации.

Особенности воздействия на потребителей, влияние различных ВТЛ-технологий на отдельное предприятия и общество в целом.

Раздел 3. «Социально-правовые основы регулирования ВТЛ-технологий».

Социально – правовые основы рекламной деятельности в РФ по стимулированию продаж, проведению лотерей, конкурсов, розыгрышей призов и т.д.

Раздел 4. «Организация ВТЛ –акций».

Организация ВТЛ –акций в рамках рекламной компании предприятия. Организация на подготовительном, реализационном и заключительном этапах ВТЛ –коммуникации. Взаимодействие субъектов ВТЛ-акции: функции, принципы организации работы.

Раздел 5. «Планирование использования ВТЛ-технологии».

Планирование использования маркетинговых коммуникаций. План продвижения как составляющая плана маркетинга, постановка целей коммуникационной деятельности фирмы, стратегия продвижения и использования ВТЛ-акций, расчет бюджета.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	1	-	ВТЛ-технологии в России и за рубежом
2	2	4	1	-	Сущность ВТЛ-технологии в рекламной деятельности, виды
3	3	4	2	-	Социально-правовые основы регулирования ВТЛ-технологий
4	4	4	2	-	Организация ВТЛ –акций
5	5	4	2		Планирование использования ВТЛ-технологии
Итого:		20	8	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1		ВТЛ-технологии в России и за рубежом
2	2	2	1		Сущность ВТЛ-технологии в рекламной деятельности, виды
3	3	2	2		Социально-правовые основы регулирования ВТЛ-

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					технологий
4	4	2	2		Организация ВТЛ –акций
5	5	2	4		Планирование использования ВТЛ-технологии
Итого:		10	10	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	15	17			Подготовка к практическому заданию
2	2	15	17			Подготовка к практическому заданию
3	3	15	17			Подготовка к выполнению проекта
4	4	15	17			Подготовка презентации
5	5	18	18			Подготовка к практическому заданию
6	1-5	-	4	-	-	Подготовка к зачету
Итого:		78	90	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножка М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ

1. Особенности современного рынка рекламы.
2. Vtl-технологии в рекламной коммуникации
3. Vtl-технологии в продвижении продукции (на конкретном примере)
4. Специфика Vtl-акций
5. Vtl коммуникации в стратегии продвижения

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Выполнение практического задания	25
1.2	Выполнение практического задания	25
ИТОГО за первую текущую аттестацию		50
2 текущая аттестация		
2.1	Подготовка проекта	20
2.2	Подготовка презентации	15
2.3	Выполнение практического задания	15
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		50
ВСЕГО		100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Выполнение практического задания	25
2	Выполнение практического задания	25
3	Подготовка проекта	20
4	Подготовка презентации	15
5	Выполнение практического задания	15
ВСЕГО		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
- ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки.

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Вtl-технологии	<p>Лекционные занятия:</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации,</p> <p>Оснащенность:</p> <p>Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.</p> <p>Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия:</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Оснащенность:</p> <p>Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.</p> <p>Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

11. Методические указания по организации СРС

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: ВТЛ- технологии Теория и практика рекламы

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	5	6
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.1. Гражданское законодательство Российской Федерации	Не знает Гражданское законодательство Российской Федерации	Знает Гражданское законодательство Российской Федерации, допуская ряд ошибок	Знает Гражданское законодательство Российской Федерации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает Гражданское законодательство Российской Федерации
		Знать 3.2. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Не знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, допуская ряд ошибок	Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает процесс, процедуры, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	5	6
		Уметь У.1 выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Не умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями, допуская ряд ошибок	Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.3. основы проектной деятельности	Не знает основы проектной деятельности	Знает основы проектной деятельности, допуская ряд ошибок	Знает основы проектной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основы проектной деятельности
		Знать 3.4. основные принципы организации рекламной кампании	Не знает основные принципы организации рекламной кампании	Знает основные принципы организации рекламной кампании, допуская ряд ошибок	Знает основные принципы организации рекламной кампании, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основные принципы организации рекламной кампании

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	5	6
		Умеет У.2. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Не умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, допуская ряд ошибок	Умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
		Владеть В.1. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Не владеет процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Владеет осуществлением процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия, допуская ряд ошибок	Владеет процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: ВТЛ- технологии Теория и практика рекламы

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937	ЭР*	25	100	+
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	ЭР*	25	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования

Внутренний документ "BTL-технологии_2023_42.03.01_ДМБ"

Документ подготовил: Бирик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Кислицина Мухаббат Абдурахмановна	Согласовано