

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна  
Должность: Проректор по учебно-методической работе  
Дата подписания: 04.03.2025 09:49:36  
Уникальный программный ключ:  
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И  
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА  
ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической  
работе \_\_\_\_\_ Л.В. Крылова

«28» \_\_\_\_\_ 2024 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.07 Рекламная деятельность**

**Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело**

**Направленность (профиль): Коммерция**

**Уровень высшего  
образования: Бакалавриат**

**Москва – Донецк – 2024 г.**

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная деятельность» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю: Коммерция, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

- в 2024 г. – для очной формы обучения;

Разработчик:

Рвачёва Ирина Михайловна, доцент кафедры маркетинга и торгового дела, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела

Протокол от «20» февраля 2024 года № 15

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

 И.М. Рвачёва

(подпись)


(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела



(подпись)

 Д.В.Махносов

(инициалы, фамилия)

Дата «20» февраля 2024 г.

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

Протокол от «28» февраля 2024 года №7

Председатель

 (подпись)

Л.В. Крылова

(инициалы, фамилия)

© Рвачёва И.М., 2024 год

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024 год

## 1.ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/специальность, профиль/магистерская программа/специализация, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 4	Укрупненная группа направлений подготовки	вариативная	
	38.00.00 Экономика и управление		
	Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело		
Модулей - 1	Профиль: Коммерция	<b>Год подготовки:</b>	
Смысловых модулей - 3		4-й	-
Общее количество часов - 144		<b>Семестр</b>	
		7-й	-
	<b>Лекции</b>		
		30 час.	
Количество часов в неделю для очной формы обучения:  аудиторных 3,3;  самостоятельной работы обучающегося – 4,6	Программа высшего образования: – программа бакалавриата	<b>Практические, семинарские занятия</b>	
		30 час.	-
		<b>Лабораторные занятия</b>	
		-	-
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		48 час.	-
		<b>Индивидуальные задания:</b>	
		3 ТМК	-
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен):</b>			
экзамен	-		

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет для очной формы обучения – 60:48

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** познание теоретических и методических основ рекламной деятельности, формирование у студентов практических навыков разработки коммуникационной политики предприятия и корректировка его в зависимости от рыночной ситуации

**Задачи:** раскрыть понятие, цели и основные задачи рекламной деятельности предприятия, его законодательные основы, изучить классификацию и характеристику элементов системы продвижения и стимулирования сбыта товаров и услуг, модель процесса коммуникации в маркетинге, изучить носители рекламной информации, приемы создания рекламного обращения, основные принципы составления рекламных текстов.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.07. «Рекламная деятельность» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и является вариативной дисциплиной.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (знания, умения)</i>
ПК-1. Способен участвовать в реализации проектов в профессиональной деятельности (научно-исследовательских, организационно-управленческих; расчетно-экономических; аналитических)	ПК-1.3. применяет навыки применения методов торгового-экономического, и/или торгового-организационного, и/или торгового-технологического проектирования для реализации поставленных целей и задач, подходов к планированию результатов проектов в профессиональной деятельности	ПК-1.3. У-1. Умеет проектировать процесс планирования и реализации проекта в профессиональной сфере
ПК-4. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом	ПК-4.2. Умеет проводить анализ и оценку конъюнктуры рынка, эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в современных условиях	ПК-4.2. У-1. Умеет проводить аналитику торгового-хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в современных условиях

## 5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Смысловой модуль 1. Реклама в структуре системы маркетинговых коммуникаций.**

**Тема 1.** Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций

**Тема 2.** Рынок рекламы, правовое регулирование рекламной деятельности

**Тема 3.** Социально-психологические основы рекламы

**Смысловой модуль 2. Планирование рекламной деятельности, имидж и фирменный стиль в рекламе**

- Тема 4. Планирование рекламной деятельности  
Тема 5. Носители рекламной информации  
Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе  
**Смысловой модуль 3. Организация рекламной деятельности предприятия, интегрированные маркетинговые коммуникации**  
Тема 7. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности предприятия.  
Тема 8. Планирование использования средств маркетинговых коммуникаций.  
Тема 9. Организация и контроль коммуникационной деятельности предприятия

## 6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Рекламная деятельность»

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
л 1		п 2	лаб 3	ин д <sup>4</sup> 5	СРС 5	л		п	лаб	инд	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Смысловой модуль 1. Реклама в структуре системы маркетинговых коммуникаций.</b>												
Тема 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций	9	2	2			5						
Тема 2. Рынок рекламы, правовое регулирование рекламной деятельности	9	2	2			5						
Тема 3. Социально-психологические основы рекламы	9	2	2			5						
<b>Итого по смысловому модулю 1</b>	<b>27</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			<b>15</b>						
<b>Смысловой модуль 2. Планирование рекламной деятельности, имидж и фирменный стиль в рекламе</b>												
Тема 4. Планирование рекламной деятельности	13	4	4			5						
Тема 5. Носители рекламной информации	13	4	4			5						
Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе	17	4	4			5						
<b>Итого по смысловому модулю 2</b>	<b>39</b>	<b>12</b>	<b>12</b>			<b>15</b>						
<b>Смысловой модуль 3. Организация рекламной деятельности предприятия, интегрированные маркетинговые коммуникации</b>												
Тема 7. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности	13	4	4			5						

предприятия												
Тема 8. Планирование использования средств маркетинговых коммуникаций	13	4	4			5						
Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	16	4	4			8						
<b>Итого по смысловому модулю 3</b>	<b>42</b>	<b>12</b>	<b>12</b>			<b>18</b>						
<b>КоР</b>	<b>2</b>											
<b>СРП</b>	<b>2</b>											
<b>Контроль</b>	<b>32</b>											
<b>Всего часов</b>	<b>144</b>	<b>30</b>	<b>30</b>			<b>48</b>						

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;

3. лаб – лабораторные занятия;

4. инд – индивидуальные задания;

5. СРС – самостоятельная работа;

6. ИНИР – индивидуальная научно-исследовательская работа.

#### 7.ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Номер п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма обучения	заочная обучения
1	Тема 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций	2	-
2	Тема 2. Рынок рекламы, правовое регулирование рекламной деятельности	2	-
3	Тема 3. Социально-психологические основы рекламы	2	-
4	Тема 4. Планирование рекламной деятельности	4	-
5	Тема 5. Носители рекламной информации	4	-
6	Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе	4	-
7	Тема 7. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности предприятия	4	-
8	Тема 8. Имидж и фирменный стиль в рекламе	4	-
9	Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	4	-
<b>Всего:</b>		<b>30</b>	<b>-</b>

#### 8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Номер п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
<b>не предусмотрено</b>			

## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Номер п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
1	Тема 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникации	5	-
2	Тема 2. Рынок рекламы, правовое регулирование рекламной деятельности	5	-
3	Тема 3. Социально-психологические основы рекламы	5	-
4	Тема 4. Планирование рекламной деятельности	5	-
5	Тема 5. Носители рекламной информации	5	-
6	Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе	5	-
7	Тема 7. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности предприятия	5	-
8	Тема 8. Имидж и фирменный тиль в рекламе	5	-
9	Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	8	-
Всего:		<b>48</b>	-

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом...

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования...

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

## **11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ**

Не предусмотрены планом.

## **12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Комплект учебно-методических материалов для обеспечения и сопровождения рабочей программы включает

1. Учебную литературу.
2. Электронные конспекты лекций.
3. Тематическую подборку материалов к задачам.
4. Необходимое количество заданий для организации самостоятельной и индивидуальной работы.
5. Комплекты контрольных вопросов для проверки знаний студентов.
6. Методические указания к проведению контроля методом тестирования.

Методические разработки преподавателей кафедры маркетинга и торгового дела:

1. Рвачева, И. М. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : метод. рекомендации для самостоятельной работы и практ. занятий для студентов направления подготовки 38.03.01. «Экономика», профиль «Маркетинг» ОУ «Бакалавриат», оч. и заоч. формы обучения / И. М. Рвачева ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . — Донецк : ДонНУЭТ, 2018 . — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ

## **13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **Перечень типовых вопросов для промежуточной аттестации**

1. Взаимосвязь рекламы и Public Relations.
2. Виды маркетинговых коммуникаций.
3. Виды рекламы и их краткая характеристика.
4. Виды, функции и структура рекламных агентств.
5. Выставки и ярмарки как форма маркетинговых коммуникаций.
6. Выявление конкурентных преимуществ товара. Концепция УТП.
7. Географические параметры сегментирования.
8. Демографические параметры сегментирования.
9. Интернет-реклама, ее преимущества и недостатки.
10. Критерии выбора каналов распространения рекламы.
11. Маркетинг: понятие и основные составляющие.
12. Маркетинговые исследования как важнейший этап рекламной кампании.
13. Медиапланирование.
14. Методы формирования рекламного бюджета.
15. Модели рекламного воздействия.



16. Наружная реклама: специфика использования, основные рекламоносители.
17. Определение целей рекламной кампании.
18. Основные подходы в международном рекламном менеджменте.
19. Особенности наружной рекламы.
20. Особенности печатной рекламы.
21. Особенности прямой почтовой рекламы.
22. Особенности рекламы в Интернете.
23. Особенности рекламы в прессе.
24. Особенности рекламы на транспорте.
25. Оценка психологической (коммуникативной) эффективности рекламной кампании.
26. Оценка экономической эффективности рекламной кампании.
27. Печатная реклама, ее преимущества и недостатки.

#### 14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл									Итого текущий контроль, балл	Итоговый контроль (экзамен), балл	Сумма, балл
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	40	60	100
5	5	5	5	5	5	2	3	5			

Примечание. T1, T2, ... T9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

## 15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

1. Бабаева, А. В. Деловое общение и деловой этикет / А. В. Бабаева, Р. И. Мамина ; под редакцией Р. И. Маминой. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-9676-0555-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

### Дополнительная:

1. Виговская, М. Е. Профессиональная этика и этикет: учебное пособие для бакалавров / М. Е. Виговская. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 144 с. — ISBN 978-5-394-02409-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

2. Федорова, Н. Н. Речевая коммуникация и деловое общение : практикум / Н. Н. Федорова. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 50 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

### Учебно-методические издания:

1. Дорошенко В.Ю., Зотова Л.И., Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения: учебник / под ред. Лавриненко В.Н. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 415 с. [Электронный ресурс]. Электронная Библиотечная Система IPRbooks (<http://iprbookshop.ru>).

2. Кузнецов И.Н. Деловое общение: учебное пособие - М.: Дашков и К, 2012. 528 с. [Электронный ресурс]. Электронная Библиотечная Система IPRbooks (<http://iprbookshop.ru>).

3. Рвачёва И.М. Деловое общение [ Электронный ресурс ] : электрон. конспект лекций по дисц. для студ. направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль «Маркетинг», «Маркетинг услуг» всех форм обучения / И. М. Рвачева ; М-во образования и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского" , Каф. маркетинга и коммерческого дела . — Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 . — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

4. Макаров Б.В., Непогода А.В. Психология делового общения: учебное пособие. Саратов: Издательство: Вузовское образование, 2012. 209 с. [Электронный ресурс]. Электронная Библиотечная Система IPRbooks (<http://iprbookshop.ru>).

## 16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. — [Донецк, 2021— ]. — Текст : электронный.

2. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?– ]. – URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, сор. 2017. – URL: <https://bookonlime.ru> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст : Изображение. Устная речь : электронные.
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008– ]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

14. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: <http://catalog.donnuet.education> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный

## 16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Деловое общение» предполагает использование материально-технического обеспечения - лекционную мультимедийную аудиторию. Мультимедийная аудитория укомплектована мультимедийным проектором, проекционным экраном, ноутбуком. Преподаватель имеет возможность проводить лекции, лабораторные занятия, презентации, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения.

Дисциплина обеспечена комплектом презентаций и видеоматериалов по темам, необходимыми учебными пособиями и учебной литературой для освоения учебного курса.

## 17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Должность (для совместителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, которое окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
Рвачёва Ирина Михайловна	Доцент кафедры маркетинга и торгового дела	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2010 г, специальность «Менеджмент организаций», квалификация «Менеджер по торговле»	Кандидат экономических наук, тема диссертации: «Управление маркетинговой компетенцией предприятий», ДонНУЭТ, 2014	ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова» Удостоверение о повышении квалификации 16 часов, «Работа в электронной информационно-образовательной среде» от 27.05.22 г. рег.номер 23/18461
				ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» Удостоверение о повышении квалификации «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение»

				12.09-14.09.2022 г. Рег.номер. 1-13397
--	--	--	--	--

