

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	Год подготовки:	
Смысловых модулей - 3		4-й	-
Общее количество часов - 144		Семестр	
		7-й	-
	Лекции		
		30 час.	
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных 3,3; самостоятельной работы обучающегося – 4,6	Программа высшего образования: – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		30 час.	-
		Лабораторные занятия	
		-	-
		Самостоятельная работа	
		48 час.	-
		Индивидуальные задания:	
		3 ТМК	-
Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен):			
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 торгово-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 ⁴ 5	СРС 5	л		п	лаб	инд	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Смысловой модуль 1. Реклама в структуре системы маркетинговых коммуникаций.												
Тема 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникации	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						
Итого по смысловому модулю 1	27	6	6			15						
Смысловой модуль 2. Планирование рекламной деятельности, имидж и фирменный стиль в рекламе												
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						
Итого по смысловому модулю 2	39	12	12			15						
Смысловой модуль 3. Организация рекламной деятельности предприятия, интегрированные маркетинговые коммуникации												
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						
Итого по смысловому модулю 3	42	12	12			18						
КоР	2											
СРП	2											
Контроль	32											
Всего часов	144	30	30			48						

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	-
Всего:		30	-

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

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

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 стиль в рекламе	5	-
9	Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	8	-
Всего:		48	-

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
--	--	--	--	--

