

*Компонент дополнительной общеобразовательной
(общеразвивающей) программы
Международной программы
«Введение в рекламную деятельность»,
утвержденной Ректором Ю.И. Богомоловой,
принятой на заседании Ученого совета ИМЭС
Протокол от 27.03.2025 г. № 8*

2.6. Рабочие программы модулей

2.6.1. Рабочая программа модуля «Экономическая культура и финансовая грамотность»

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

2. В результате изучения модуля обучающийся должен:

Знать: финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами; сущность экономических институтов, их роль в социально-экономическом развитии общества.

Уметь: анализировать экономическую информацию и выбирать финансовые инструменты для решения практических задач; применять знания для осуществления профессиональной деятельности.

Владеть: навыками применения финансовых инструментов для обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности; основами экономических знаний при решении профессиональных задач.

3. Объем модуля. 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 модуля.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоят ельная 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

1. Кредитная организация, которая на основе специального разрешения (лицензии) Центрального банка осуществляет банковские операции, — это:
- а) центральный банк;
 - б) коммерческий банк;
 - в) депонент;
 - г) страховая компания.
2. Укажите, 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. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09162-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559737>
2. Финансы, деньги и кредит : учебник и практикум для вузов / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17280-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561156>
3. Фрицлер, А. В. Персональные (личные) финансы : учебник для вузов / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 148 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16795-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567624>

Дополнительная литература

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20234-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561734>

2. Солодкая, Н. В. Теория и методика развития основ финансовой грамотности подростков в образовательном процессе : учебник для вузов / Н. В. Солодкая. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 104 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14097-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567774>

3. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18807-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560493>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
2. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
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»

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

2.6.2. Рабочая программа модуля «Основы маркетинга»

1. Целью модуля «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 модуля обучающийся должен:

Знать: основные понятия маркетинга, сегментов рынка и позиционирования.

Уметь: анализировать маркетинговую информацию, в том числе, с учетом тенденций развития рынка региона, страны и мира.

Владеть: навыками применения полученных знаний при решении профессиональных задач.

3. Объем модуля. 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 модуля.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоят ельная 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.

6. 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, 2025. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560612>
2. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559864>
3. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560155>

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, 2025. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562139>
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, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561097>
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19913-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560125>

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»

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

2.6.3. Рабочая программа модуля «Теория коммуникации»

1. Целью модуля «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 модуля 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 модуля. 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 модуля.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоят ельная 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	1	1	23

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоят ельная работа
		Теория	Практика	
	коммуникации			
Итого:		6	4	134

5. Оценочные материалы

Типовой тест

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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

- Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559816>
- Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 231 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560775>

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, 2025. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560945>

2. Бутенина, Е. М. Практикум по межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14071-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567395>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
4. <https://cyberleninka.ru/> – научная электронная библиотека КиберЛенинка
5. <http://www.advschool.ru/> – Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне)

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

2.6.4. Рабочая программа модуля «Иностранный язык (английский)»

1. Целью модуля «Иностранный язык (английский)» приобретение обучающимися 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 модуля обучающийся должен:

Знать: грамматические правила, формы и конструкции, лексику английского языка, необходимые для осуществления межличностного общения в рамках определенных разговорно-бытовых тем.

Уметь: логично, аргументировано и корректно подготовить устные и письменные высказывания на иностранном языке в межличностном общении и межкультурном взаимодействии.

Владеть: навыками использования монологической и диалогической устной и письменной речи в ситуациях межличностного и межкультурного взаимодействия в пределах изученного языкового материала.

3. Объем модуля. Всего – 144 часа, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 6 часов, самостоятельная работа – 132 часа.

Самостоятельная работа включает подготовку к тестированию по завершению прохождения модуля.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятель ная 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:

- a. cactes;
- b. cactuses;
- c. cacti;
- d. cactis;
- e. cactisis.

2. Выберите форму единственного числа существительного Data:

- a. datum;
- b. date;
- c. datas;
- d. dates;
- e. 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 б. отдыхать
- 3. To take a shower с. приводить волосы в порядок
- 4. To order one's hair д. ранняя пташка
- 5. To put on make-up е. ежедневные дела
- 6. To be late for ф. наносить макияж

7. To go to work by car г. 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, Е. Е. Долгалёва, О. В. Мещерякова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16156-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561009>
2. Архипович, Т. П. Английский язык для гуманитариев (B1) : учебник и практикум для вузов / Т. П. Архипович, В. А. Короткова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 746 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17589-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568709>
3. Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык (A2-B2) : учебник и практикум для вузов / Ю. Б. Кузьменкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15064-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559851>

Дополнительная литература

1. Цатурян, М. М. Английский язык. Домашнее чтение : учебное пособие для вузов / М. М. Цатурян. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 214 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01392-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537749>
2. Полубиченко, Л. В. Английский язык: лексика. Начальный уровень (A2-B2) : учебное пособие для вузов / Е. Э. Кожарская, А. С. Изволенская ; под редакцией Л. В. Полубиченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16357-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540941>

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, 2024. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16751-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539270>

4. Токарева, Н. Д. Английский язык (A2–B2). Страноведение: Россия. Russia as it is : учебник для вузов / Н. Д. Токарева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08838-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564991>

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, 2025. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11328-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563865>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

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

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

2.6.5. Рабочая программа модуля «Лидерство и командная работа»

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

2. В результате изучения модуля 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 модуля. 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 модуля.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоят ельная работа
		Теория	Практика	
1	Личностная идентификация лидера	1	-	20
2	Селф-менеджмент лидера	1	-	20
3	Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами	1	-	20
4	Формирование команды	2	2	20
5	Динамика межличностных конфликтов	1	-	20
Итого:		6	2	100

5. 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.

8. 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.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Спивак, В. А. Лидерство : учебник для вузов / В. А. Спивак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17456-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560463>

2. Корниенко, В. И. Командообразование : учебник для вузов / В. И. Корниенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14723-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568047>

Дополнительная литература

1. Ильин, В. А. Психология лидерства : учебник для вузов / В. А. Ильин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01559-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560347>

2. Селезнева, Е. В. Лидерство : учебник и практикум для вузов / Е. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08397-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560203>

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. <http://www.improvement.ru/> - Официальный сайт тайм-менеджерского сообщества
- 5. <https://student2.consultant.ru> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);

- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

2.6.6. Рабочая программа модуля «Основы рекламной деятельности»

1. Целью модуля «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 модуля 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 модуля. 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 модуля.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоят ельная 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

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, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561710>

Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559733>

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, 2025. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560298>

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535941>

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, 2024. — 170 с. — (Высшее образование).

— ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539708>

5. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580>

6. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580>

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. <http://biblioclub.ru> — ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4. <https://urait.ru> — ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).