

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета технологии и това-
роведения

Королькова Н.В.



« 30 » августа 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.ДВ.10.02 «Рекламная деятельность предприятий торговли»

для направления

38.03.07 «Товароведение» профиль: «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»

Программа подготовки: прикладной бакалавриат

квалификация (степень) выпускника бакалавр

Факультет Технологии и товароведения

Кафедра Товароведения и экспертизы товаров

Преподаватели (*подготовившие рабочую программу*):

Д.т.н., профессор

Дерканосова Н.М.

Старший преподаватель кафедры

Маслова Г.М.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министра образования и науки Российской Федерации от 04 декабря 2015 года №1429 и зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 31 декабря 2015 г, регистрационный номер №40502.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров (протокол №1 от 30 августа 2017 года).

Заведующий кафедрой  Дерканосова Н.М.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета технологии и товароведения (протокол №1 от 30 августа 2017 года).

Председатель методической комиссии  А.А. Колобаева

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 «Рекламная деятельность предприятий торговли» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока 1.

Актуальность изучения дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «Рекламная деятельность предприятий торговли» для студентов направления 38.03.07 «Товароведение» профиль: «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров» обусловлена необходимостью формирования специальных знаний в области рекламы отдельных групп потребительских товаров для специалиста розничной и оптовой торговли.

Предметом дисциплины является изучение различных видов рекламы и ее применение в торговле.

Целью дисциплины является освоение знаний и приобретение умений по применению действующего законодательства о рекламе, организации и оценке эффективности рекламных акций и компаний, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Овладение основными понятиями в области рекламной деятельности.
2. Изучение структуры рекламной деятельности, ее основных элементов и классификации рекламы.
3. Приобретение умений составления рекламных сообщений.
4. Изучение характеристик средств рекламы.
5. Приобретение знаний и умений, позволяющих выбирать и применять носители рекламы с учетом финансовых возможностей организаций и их специализаций.
6. Приобретение умений организации рекламных акции и/или рекламных кампаний, оценки их эффективности.

Значимость дисциплины в учебном процессе и структуре образовательной программы - усвоение теоретических знаний и приобретение практических умений и навыков составлений и проведения рекламы отдельных групп продовольственных товаров.

В учебном процессе дисциплина «Рекламная деятельность предприятий торговли» занимает важное место, являясь обязательной для изучения студентами всех специальностей. Для формирования входных знаний, умений и компетенций студента необходимо изучить предшествующие дисциплины: стандартизация, метрология и подтверждение соответствия, маркетинг, коммерческая деятельность, экономика предприятия, статистика, теоретические основы товароведения, менеджмент, правовое регулирование профессиональной деятельности, информационные технологии в профессиональной деятельности.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «Рекламная деятельность предприятий торговли» студент должен:

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-5	способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потре-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы товарного менеджмента и маркетинга при продвижении товаров <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации товаров <p>Иметь навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управления основными характеристиками товаров на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассорти-

	бительских свойств	мента и успешного сбыта рекламируемых товаров
ПК-7	умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	Знать: - спрос и торговый ассортимент продовольственных товаров. Уметь: - анализировать спрос и рассчитывать структуру ассортимента продовольственных товаров по различным критериям. Иметь навыки и/ или опыт деятельности: - проведения расчетов эффективности мероприятий по улучшению спроса и ассортимента продовольственных товаров в торговом предприятии любой формы.
ПК-10	способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости	Знать: - ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости при проведении рекламы Уметь: - рассчитывать показатели экономической эффективности проведенной рекламы; - проводить анализ экономических показателей эффективности различных видов рекламы Иметь навыки и /или опыт деятельности: - повышения эффективности деятельности различных видов рекламы в условиях изменения рыночных показателей

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Очная форма обучения		Заочная форма обучения всего часов
	всего зач.ед./ часов	объём часов	
			8 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	3 / 108	108	108
Общая контактная работа*	42,65	42,65	14,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	65,35	65,35	93,35
Контактная работа** при проведении учебных занятий, в т.ч.	42,5	42,5	14,5
лекции	14	14	4
практические занятия	28	28	10
лабораторные работы			
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий ***	56,5	56,5	84,5
Контактная работа текущего контроля, в т.ч.			
защита контрольной работы			

защита расчетно-графической работы			
Самостоятельная работа текущего контроля, в т.ч.			
выполнение контрольной работы			
Выполнение расчетно-графической работы			
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся (КТР), в т.ч.	0,15	0,15	0,15
курсовая работа			
курсовой проект			
зачет	0,15	0,15	0,15
экзамен			
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	8,85	8,85	8,85
выполнение курсового проекта			
Выполнение курсовой работы			
подготовка к зачету	8,85	8,85	8,85
подготовка к экзамену			
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	зачет	зачет	зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план).

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
очная форма обучения						
1	Методологические основы рекламной деятельности	2	-	2	-	4
2	Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ	2	-	4	-	10
3	Виды и средства рекламы	6	-	8	-	25
4	Процесс создания рекламы	2	-	8	-	8
5	Оценка эффективности рекламы	2	-	6	-	9,5
заочная форма обучения						
1	Методологические основы рекламной деятельности	1	-	1	-	7
2	Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ	1	-	1	-	14
3	Виды и средства рекламы	1	-	4	-	35
4	Процесс создания рекламы	0,5	-	2	-	14
5	Оценка эффективности рекламы	0,5	-	2	-	14,5

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины.

Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности

Тема 1. Основные понятия в области рекламной деятельности. Сущность, цели и задачи рекламы.

Основные понятия в области рекламной деятельности: реклама, объект рекламирования, товар, ненадлежащая реклама, рекламодатель, рекламораспространитель, потребители рекламы, социальная реклама, средства рекламы. Сущность, цели, задачи и функции рекламы. Роль и значение рекламы в современных условиях.

Предмет изучения курса «Рекламная деятельность»: совокупность средств, методов и способов распространения информации в определенной сфере экономической и общественной деятельности. Методов и способов психологического, эмоционального и интеллектуального воздействия на людей. Объекты и субъекты рекламы, их краткая характеристика.

Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ

Тема 2. Государственное регулирование рекламной деятельности в РФ.

Законодательство Российской Федерации о рекламе. Структура ФЗ РФ «О рекламе». Цели настоящего закона и сфера применения.

Тема 3. Общие и специфические требования к рекламе.

Основные требования, предъявляемые к рекламе: добросовестность и достоверность. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий. Социальная реклама. Срок действия рекламы, признаваемой офертой. Сроки хранения рекламных материалов.

Особенности отдельных способов распространения рекламы. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Саморегулирование в сфере рекламы. Государственный надзор в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Раздел 3. Виды и средства рекламы

Тема 4. Печатная реклама.

Средства рекламы: понятие, назначение, классификация. Печатная реклама: понятие, преимущества и недостатки. Виды средств и композиция печатной рекламы. Назначение, способ оформления, конструкционное описание, варианты оснащения отдельных печатных рекламных средств. Рекомендации по повышению эффективности печатной рекламы.

Тема 5. Электронные средства массовой информации

Электронные средства массовой информации: понятие, назначение, виды. Реклама на телевидении: понятие, виды. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Аудиореклама: понятие, виды. Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Интернет – реклама: особенности использования.

Тема 6. Средства почтовой и наружной рекламы.

Средства почтовой рекламы: понятие, назначение. Преимущества и недостатки. Особенности прямой почтовой рекламы. Используемые носители

Наружная реклама. Классификация. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Типы наружных рекламных сооружений. Реклама на транспорте. Преимущества и недостатки.

Раздел 4. Процесс создания рекламы

Тема 7. Разработка фирменного стиля предприятия. Составление рекламных текстов.

Понятие фирменного стиля, его функции. Подходы к разработке фирменного стиля. История товарных знаков. Разработка, регистрация и защита товарных знаков в России.

Структура рекламного объявления. Формы, стили рекламного объявления. Окончательный вариант макета рекламного объявления. Использование визуальных средств для

рекламы. Функции визуальных средств рекламы, требования предъявляемые к ним. Характеристика шрифтов, цвет в рекламе.

Раздел 5. Оценка эффективности рекламы

Тема 8. Планирование рекламной деятельности.

Сущность планирования рекламы. Основные этапы планирования. Определение рекламных целей, разработка рекламной стратегии, определение рекламного бюджета.

4.3. Перечень тем лекций.

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности			
1	Основные понятия в области рекламной деятельности. Сущность, цели и задачи рекламы.	2	1
Итого по разделу 1		2	1
Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ			
2	Государственное регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации.	1	1
3	Общие и специфические требования к рекламе	1	-
Итого по разделу 2		2	1
Раздел 3. Виды и средства рекламы			
4	Печатная реклама.	2	0,5
5	Электронные средства массовой информации	2	0,5
6	Средства почтовой и наружной рекламы.	2	-
Итого по разделу 3		6	1
Раздел 4. Процесс создания рекламы			
7	Разработка фирменного стиля предприятия. Составление рекламных текстов.	2	0,5
Итого по разделу 4		2	0,5
Раздел 5. Оценка эффективности рекламы			
8	Планирование рекламной деятельности.	2	0,5
Итого по разделу 5		2	0,5
Всего		14	4

4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров).

№ п/п	Тема практических занятий	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности			
1	Изучение требований к рекламе	2	1
Итого по разделу 1		2	1
Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ			
2	Анализ структуры Федерального закона «О рекламе».	4	1
Итого по разделу 2		4	1
Раздел 3. Виды и средства рекламы			
3	Печатные средства массовой информации.	2	1
4	Электронные средства массовой информации.	2	1
5	Средства почтовой рекламы.	2	1
6	Средства наружной рекламы.	2	1
Итого по разделу 3		8	4

Раздел 4. Процесс создания рекламы			
7	Составление рекламных сообщений.	4	1
8	Планирование рекламных акций и кампаний. Составление плана рекламных кампаний.	4	1
Итого по разделу 4		8	2
Раздел 5. Оценка эффективности рекламы			
9	Оценка эффективности рекламных акций и кампаний.	6	2
Итого по разделу 5		6	2
Всего		28	10

4.5. Перечень тем лабораторных работ.

Не предусмотрены.

4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Перечень методических рекомендаций студентам по закреплению и углублению полученных на аудиторных занятиях знаний и навыков, подготовке к предстоящим занятиям:

1. Изучение материалов периодической печати и рекомендуемой литературы по вопросам темы.
2. Выполнение заданий, предусмотренных методическими указаниями.
3. Применение полученных знаний при анализе практических ситуаций.
4. Взаимоконтроль и взаимопроверка знаний студентов.

4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов).

Не предусмотрены.

4.6.3. Перечень тем рефератов, расчетно-графических работ.

Не предусмотрены.

4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности				
1	Основные понятия в области рекламной деятельности. Сущность, цели и задачи рекламы (1. С. 7-44)	1. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. [электронный ресурс] / Панкратов .— 14 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 .— 540 с. — <URL: http://znanium.com/go.php?id=354029 >	4	7
Итого по разделу 1			4	7
Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ				
2	Государственное регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации (1. С. 70-99)	2. Антипов К.В. Основы рекламы [электронный ресурс] / Антипов .— 2 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и	5	7

3	Общие и специфические требования к рекламе (1. С. 138-145)	К", 2018 .— 328 с. — ISBN 978-5-394-01468-0 <URL: http://znanium.com/go.php?id=415267 >	5	7
Итого по разделу 2			10	14
Раздел 3. Виды и средства рекламы				
4	Печатная реклама (1. С. 113-116)	3. Чехов А.П. Реклама [электронный ресурс] : / Чехов А.П. — Москва : Лань, 2013 .— ISBN 978-5-507-22443-2 <URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=22882 >.	5	7
5	Электронные средства массовой информации (1. С. 116-132, 137-138)		5	7
6	Средства почтовой рекламы (1. С. 128-132)		5	7
7	Средства наружной рекламы (1. С. 132-135)		5	7
8	Вспомогательные средства рекламы (1. С. 122-128)		5	7
Итого по разделу 3			25	35
Раздел 4. Процесс создания рекламы				
9	Разработка фирменного стиля предприятия (1. С. 218-173)	4. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; Воронежский государственный аграрный университет ; [под ред. Е. В. Закшевской] .— Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2016 .— 166 с. : ил. — Библиогр.: с. 162-164 .— <URL: http://catalog.vsau.ru/elib/books/b108204.pdf >.	4	7
10	Составление рекламных текстов (1. С. 183-217)		4	7
Итого по разделу 4			8	14
Раздел 5. Оценка эффективности рекламы				
11	Планирование рекламной деятельности (1. С. 445-482)	5. Рекламная деятельность предприятий торговли / рабочая тетрадь с методическими указаниями для выполнения практических и самостоятельных работ для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г,74с.	4,5	7,5
12	Экономическая и психологическая эффективность рекламы (1. С. 483-502)		5	7
Итого по разделу 5			9,5	14,5
Всего			56,5	84,5

4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов.

Не предусмотрены

4.7. Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1	Лекция	Государственное регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации.	Дискуссия	1
2	Практическое занятие	Анализ структуры Федерального закона «О рекламе».	Круглый стол	4
3	Практическое занятие	Электронные средства массовой информации	Дискуссия	2
4	Практическое занятие	Составление рекламных сообщений	Деловая игра	4
5	Практическое занятие	Планирование рекламных акций и кампаний. Составление плана рекламных кампаний	Деловая игра	4

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Полное описание фонда оценочных средств текущей и промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в фонде оценочных средств по данной дисциплине (в виде отдельного документа).

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

6.1. Рекомендуемая литература.

6.1.1. Основная литература.

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1.	Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. [электронный ресурс] / Панкратов .— 14 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 .— 540 с. — <URL: http://znanium.com/go.php?id=354029 >	Электронный ресурс
2.	Антипов К.В. Основы рекламы [электронный ресурс] / Антипов .— 2 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 .— 328 с. — ISBN 978-5-394-01468-0 .— <URL: http://znanium.com/go.php?id=415267 >	Электронный ресурс
3.	Чехов А.П. Реклама [электронный ресурс] : / Чехов А.П. — Москва : Лань, 2013 .— ISBN 978-5-507-22443-2 .— <URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=22882 >.	Электронный ресурс

6.1.2. Дополнительная литература.

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1.	Ромат Е.В. Реклама : [учебник для студентов вузов] / Е. В. Ромат .— 7-е изд. — М. ; СПб. : Питер, 2008 .— 506 с. : ил .— (Учебник для вузов) .— Библиография в конце разделов .— ISBN 978-5-388-00163-4.	5
2.	Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; Воронежский государственный аграрный университет ; [под ред. Е. В. Закшевской] .— Воронеж : Воронежский государ-	22 Электронный ресурс

	ственный аграрный университет, 2016 .— 166 с. : ил. — Библиогр.: с. 162-164 .— <URL: http://catalog.vsau.ru/elib/books/b108204.pdf >.	
3.	Шарков В.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [электронный ресурс] / Шарков .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016 .— 336 с. — ISBN 978-5-394-00783-5 .— <URL: http://znanium.com/go.php?id=414955 >.	Электронный ресурс
4.	Шарков В.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [электронный ресурс] : Учебное пособие / Шарков .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 .— 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7 .— <URL: http://znanium.com/go.php?id=342869 >	Электронный ресурс
5.	Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности [электронный ресурс] : Учебник / Измайлова .— 3 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 .— 444 с. — ISBN 978-5-394-00947-1 .— <URL: http://znanium.com/go.php?id=348652 >	Электронный ресурс

6.1.3. Методические издания.

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1.	Маслова Г.М., Пономарева И.Н. Рабочая тетрадь с методическими указаниями для выполнения практических и самостоятельных работ по курсу «Рекламная деятельность предприятий торговли» для студентов, обучающихся по направлению «Товароведение», заказ №14756, Воронеж – 2016г, с.1	
2.	Рекламная деятельность предприятий торговли / рабочая тетрадь с методическими указаниями для выполнения практических и самостоятельных работ для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г,74с.	Электронное издание
3.		

6.1.4. Периодические издания.

№ п/п	Перечень периодических изданий
1.	Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-
2.	Рекламный мир
3.	Индустрия рекламы
4.	Маркетинг
5.	Маркетинг в России и за рубежом
6.	Маркетинг и маркетинговые исследования
7.	Товаровед продовольственных товаров
8.	Пищевая промышленность

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины.

Перечень документов, подтверждающих наличие/право использования цифровых (электронных) библиотек, ЭБС

Учебный год	№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия
2017/2018	1.	Контракт №633/ДУ от 04.07.2017 (ЭБС «ЛАНЬ»)	08.08.2017 – 08.08.2018
	2.	Контракт №1305/ДУ от 29.12.2016 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2017 – 31.12.2017
	3.	Контракт №240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	4.	Контракт №587/ДУ от 20.06.2017 («Национальный цифровой ресурс «Руконт»)	20.06.2017 – 20.06.2018
	5.	Контракт №1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2018/2019	1.	Контракт №784/ДУ от 24.09.2018 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2018 – 24.09.2019
	2.	Контракт №240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	3.	Контракт №1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Лицензионный контракт №4319/18 627/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.07.2018 – 25.01.2019
	5.	Лицензионный контракт №1172/ДУ от 24.12.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.01.2019 – 31.07.2019
	6.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	7.	Контракт №919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017, Национальная электронная библиотека (НЭБ)	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2019/2020	1.	Контракт №488/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2019 – 24.09.2020
	2.	Контракт №4204 ЭБС/959/ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020-31.12.2020
	3.	Контракт №1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ №7-ИУ от 11.06.2019	01.08.2019 – 30.07.2020
	5.	Контракт №487/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС IPRbooks)	01.08.2019 - 31.07.2020
	6.	Контракт №919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	7.	Контракт №878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2020/2021	1.	Контракт №503-ДУ от 14.09.2020 (ЭБС «ЛАНЬ»)	14.09.2020 – 13.09.2021
	2.	Контракт №4204эбс-959-ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020 – 31.12.2020
	3.	Контракт №392 от 03.07.2020 (ЭБС ЮРАЙТ – (ВО))	01.08.2020 – 31.07.2021
	4.	Контракт №426-ДУ от 27.07.2020 ЭБС (ЭБС IPRbooks)	01.08.2020 – 31.07.2021
	5.	Контракт №878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020

	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 - 28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины (*).

6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы.

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows / Linux (ALT Linux)	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

6.3.2 Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Единая межведомственная информационно-статистическая система	https://fedstat.ru/
2	База данных показателей муниципальных образований	http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm
3	База данных ФАОСТАТ	http://www.fao.org/faostat/ru/
4	Портал открытых данных РФ	https://data.gov.ru/
5	Портал государственных услуг	https://www.gosuslugi.ru/
6	Единая информационная система в сфере закупок	http://zakupki.gov.ru
7	Электронный сервис "Прозрачный бизнес"	https://pb.nalog.ru
8	ГАС РФ "Правосудие"	https://sudrf.ru/
9	Справочная правовая система Гарант	http://ivo.garant.ru
10	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru/
11	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks

12	Росреестр: Публичная кадастровая карта	https://pkk5.rosreestr.ru/
13	Федеральная государственная система территориального планирования	https://fgistp.economy.gov.ru/
14	СТРОЙКонсультант	http://www.stroykonsultant.ru/
15	Аграрная российская информационная система	http://www.aris.ru/
16	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	http://agris.fao.org/

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

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)
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 119, 122
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций: комплект мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, интерактивная доска, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.168

Reader / DjVu Reader, eLearning server	
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.232а
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 115, 116, 119,116 (с16 до 20)
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения учебного оборудования, специализированное оборудование для ремонта компьютеров	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.117,118
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения учебного оборудования, учебно-наглядные пособия	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.165а

8. Междисциплинарные связи






Протокол

согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Товарный менеджмент	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Конкурентоспособность продовольственных товаров	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Товароведно-экономическая экспертиза рынков	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Рынок продовольственных товаров	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано

Приложение 2

Лист периодических проверок рабочей программы

Должностное лицо, проводившее проверку: Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, стр., разделов, требующих изменений
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	30.08.2017	Нет Рабочая программа актуализирована для 2017-2018 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	06.06.2018	Нет Рабочая программа актуализирована для 2018-2019 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	10.06.2019	Нет Рабочая программа актуализирована для 2019-2020 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	10.06.2020	Нет Рабочая программа актуализирована для 2020-2021 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	12.05.2021	Нет Рабочая программа актуализирована для 2021-2022 учебного года	нет