



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический  
университет» (БГТУ)

**Факультет отраслевой и цифровой экономики**

*(наименование факультета/института)*

**Кафедра «Производственный менеджмент»**

*(наименование кафедры, ответственной за реализацию дисциплины)*

**УТВЕРЖДАЮ**

**Первый проректор по учебной  
работе и цифровизации**

**В.А. Шкаберин**

**«22» апреля 2022 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**учебной дисциплины**

**«Маркетинговые коммуникации»**

*(наименование дисциплины)*

**38.03.02 Менеджмент**

*(код и наименование специальности или направления подготовки)*

**Маркетинг**

*(направленность (профиль)/ специализация образовательной программы)*

**высшее образование – бакалавриат**

*(уровень образования)*

**бакалавр**

*(квалификация, присваиваемая по специальности или направлению подготовки)*

**очная**

*(форма обучения)*

**2021**

*(год набора)*

**Брянск 2022**

Рабочая программа учебной дисциплины  
«Маркетинговые коммуникации»

(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование специальности или направления подготовки)

Маркетинг

(направленность (профиль)/специализация образовательной программы)

**Разработал(и):**

доцент, к.э.н., доцент

(должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Е.В. Дубаневич

(И.О. Фамилия)

(должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры  
«Производственный менеджмент»

(наименование кафедры, ответственной за реализацию дисциплины)

«31» марта 2022 г., протокол № 7

И.о. заведующего кафедрой

К. Т. Н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.И. Демиденко

(И.О. Фамилия)

**Согласовано:**

И.о. заведующего выпускающей кафедрой

«Производственный менеджмент»

(наименование выпускающей кафедры)

К. Т. Н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.И. Демиденко

(И.О. Фамилия)

© Е.В. Дубаневич 2022

© ФГБОУ ВО «Брянский государственный  
технический университет», 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	5
1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФГОС .....	5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ .....	6
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
5.1. Структура дисциплины.....	7
5.2. Распределение формируемых компетенций по разделам (темам) дисциплины.....	8
5.3. Лекции .....	9
5.4. Лабораторные работы .....	13
5.5. Практические занятия .....	13
5.6. Самостоятельная работа обучающихся .....	15
5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся .....	19
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	19
7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	20
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	21
8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся .....	21
8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	21
8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при изучении дисциплины .....	22
8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и (или) информационных справочных систем .....	22
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	23

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	24
11.1. Методические материалы для педагогических работников .....	24
11.2. Методические материалы для обучающихся .....	26
12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	26
12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины .....	26
12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости .....	27
12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся .....	28
12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине .....	33
12.5. Характеристика результатов обучения .....	33
12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся .....	34
13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА .....	34

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебная дисциплина «Маркетинговые коммуникации» (далее – дисциплина) ориентирована на формирование у обучающихся компетенций в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

### 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины** - приобретение студентами необходимых знаний и умений для успешного применения в производственной и коммерческой деятельности комплекса маркетинговых коммуникаций.

**Задачи освоения дисциплины:**

- получение комплекса знаний о месте маркетинговых коммуникаций в информационной индустрии и коммуникационном пространстве современного общества;
- достижение понимания студентами, как происходит управление коммуникационным процессом;
- формирование у студентов взгляд на рекламу, связь с общественностью и коммуникационный маркетинг как на важнейший фактор эффективности коммуникаций на современном этапе их развития;
- рассмотрение отдельных инструментов рекламы, PR, специфики их функций в системе маркетинговых коммуникаций;
- формирование понимания механизмов интеграции коммуникационных средств друг с другом;
- иллюстрация взаимодействия рекламы и связей с общественностью с другими элементами комплекса маркетинга.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФГОС

Дисциплина входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, и реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Предварительно изучаются дисциплины: *«Поведение потребителей»*, *«Маркетинговые исследования»*.

Параллельно изучаются дисциплины: *«Управление маркетингом»*, *«Интернет-маркетинг»*.

Базируется на изучении дисциплины: *«Маркетинг в социальных сетях»*.

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций ПК-2, представленных в таблице 1.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы и семестрам

<b>Виды учебной работы в соответствии с учебным планом образовательной программы</b>	<b>Трудоемкость, час.</b>												
	<b>Всего</b>	<b>Семестр</b>											
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>1. Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками,</b> в том числе:	<b>64</b>	-	-	-	-	-	-	64	-	-	-	-	-
1.1. Лекции, час.	<b>32</b>	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-
1.2. Лабораторные работы, час.  в том числе в форме практической подготовки	<b>0</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3. Практические занятия, час.  в том числе в форме практической подготовки	<b>32</b>	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-
<b>2. Самостоятельная работа обучаю-щихся, час.</b>	<b>44</b>	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-
<b>3. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучаю-щихся,</b> в том числе:	<b>36</b>												
3.1. Экзамен, семестр		7											
3.2. Зачет, семестр		-											
3.3. Зачет с оценкой, семестр		-											
3.4. Курсовой проект (контроль), се-местр		-											
3.5. Курсовая работа (контроль), се-местр		-											
3.6. Расчетно-графическая работа (кон-троль), семестр		-											

Виды учебной работы в соответствии с учебным планом образовательной программы	Трудоемкость, час.												
	Всего	Семестр											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	А	В	С
3.7. Контрольная работа (контроль), семестр		-											
<b>Общая трудоемкость (4 з.е.)</b>	<b>144</b>	144											

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Структура дисциплины

Структура дисциплины представлена в виде тематического плана в таблице 3.

Таблица 3 – Тематический план дисциплины

Наименование раздела (темы) дисциплины	Трудоемкость, час.				
	Всего	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа
<b>Раздел 1. Организация системы маркетинговых коммуникаций на предприятии</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>4</b>
Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	6	2		2	2
Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	6	2		2	2
<b>Раздел 2. Инструментарий маркетинговых коммуникаций</b>	<b>84</b>	<b>24</b>		<b>24</b>	<b>36</b>
Тема 3. Основные направления рекламной деятельности	7	2		2	3
Тема 4. Товарная реклама	7	2		2	3
Тема 5. Корпоративная (престижная) реклама	7	2		2	3
Тема 6. Социально-психологические аспекты рекламы	7	2		2	3
Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью	7	2		2	3
Тема 8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	7	2		2	3
Тема 9. Основные направления PR	7	2		2	3
Тема 10. Формирование и защита имиджа предприятия	7	2		2	3
Тема 11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	7	2		2	3
Тема 12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	7	2		2	3
Тема 13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	7	2		2	3

Наименование раздела (темы) дисциплины	Трудоемкость, час.				
	Всего	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа
Тема 14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	7	2		2	3
<b>Раздел 3. Эффективность коммуникационных стратегий предприятия</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>4</b>
Тема 15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг	6	2		2	2
Тема 16. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения	6	2		2	2
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>32</b>	—	<b>32</b>	<b>44</b>

## 5.2. Распределение формируемых компетенций по разделам (темам) дисциплины

Распределение формируемых компетенций по разделам дисциплины представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Формирование компетенций по разделам дисциплины

Наименование раздела (темы) дисциплины	Код индикатора достижения компетенции	
	ПК-2.1	ПК-2.2
<b>Раздел 1. Организация системы маркетинговых коммуникаций на предприятии</b>	+	
Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	+	
Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	+	
<b>Раздел 2. Инструментарий маркетинговых коммуникаций</b>	+	+
Тема 3. Основные направления рекламной деятельности	+	
Тема 4. Товарная реклама	+	
Тема 5. Корпоративная (престижная) реклама	+	
Тема 6. Социально-психологические аспекты рекламы	+	
Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью		+
Тема 8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью		+
Тема 9. Основные направления PR	+	
Тема 10. Формирование и защита имиджа предприятия	+	
Тема 11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	+	
Тема 12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	+	
Тема 13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	+	
Тема 14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	+	

Наименование раздела (темы) дисциплины	Код индикатора достижения компетенции	
	ПК-2.1	ПК-2.2
<b>Раздел 3. Эффективность коммуникационных стратегий предприятия</b>		+
Тема 15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг		+
Тема 16. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения		+

### 5.3. Лекции

Перечень занятий лекционного типа, их содержание и трудоемкость представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Тематика и содержание лекций

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	Информация как основной элемент маркетинговой коммуникации. Природа маркетинговых коммуникаций. Понятия комплекс продвижения и маркетинговые коммуникации. Структура системы маркетинговых коммуникаций: основные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций.	2
Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Понятие и особенности подхода «интегрированные маркетинговые коммуникации». Теория ИМК Т. Дункана. Факторы, определяющие эффективность ИМК. Технологии интегрирования средств маркетинговых коммуникаций в целостную программу. Управление процессом интегрирования маркетинговых коммуникаций.	2
Тема 3. Основные направления рекламной деятельности	3. Основные направления рекламной деятельности	История рекламы. Рекламный рынок современной России. Понятие, средства, цели и задачи рекламы. Типология рекламы по целевому назначению, по каналам распределения и широте охвата аудитории. Закон РФ "О рекламе". Международный кодекс рекламной практики. Средства рекламы и особенности их выбора.	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
Тема 4. Товарная реклама	4. Товарная реклама	Определение товарной рекламы. Роль товарной рекламы в мероприятиях по формированию спроса. Задачи, виды и основные требования к товарной рекламе. Правила создания рекламного слогана. Товарный брэнд.	2
Тема 5. Корпоративная (престижная) реклама	5. Корпоративная (престижная) реклама	Определение престижной рекламы и ее направленность. Задачи и способы осуществления престижной рекламы. Основные критерии престижа предприятия. Фирменный стиль как средство формирования имиджа предприятия. Фирменный стиль и его элементы: использование шрифта, цветовая гамма и виды печати. Выбор логотипа и оформление названий.	2
Тема 6. Социально-психологические аспекты рекламы	6. Социально-психологические аспекты рекламы	Когнитивное, аффективное, суггестивное и конативное восприятие рекламы. Товарный знак и брэнд. Управление брэндом. Основные рекламные модели: AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR. Мотивация в рекламе (авторитетные свидетельства, категории эвристичности и эксклюзивности) и факторы, повышающие эффективность эмоционального восприятия.	2
Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью	7. Организация и управление рекламной деятельностью	Рекламный отдел в службе маркетинга предприятия и организация его работы. Планирование, реализация и подведение итогов рекламной кампании. Позиционирование как неотъемлемое условие позиционирования рекламной идеи. Уникальное торговое предложение (УТП) в рекламе. Коммуникационный маркетинг: выбор эффективного рекламоносителя.	2
Тема 8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	Типология рекламных агентств: сетевые и национальные РА. Структура и организация работы агентства. Особенности труда персонала РА: эвристический (творческий), административно-управленческий, формально-логический (операторный). Требования	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
		<p>ния к руководителю и персоналу РА: принцип формирования команды для работы над проектом и составление графика работы.</p> <p>Процесс работы над тендерами.</p> <p>Функции рекламодателя и рекламного агентства в процессе создания рекламного продукта.</p> <p>Децентрализованный, централизованный и смешанный методы управления рекламной кампанией.</p>	
Тема 9. Основные направления PR	9. Основные направления PR	<p>История становления и основные направления PR: паблисити (СМИ); формирование и защита имиджа; спонсорство; благотворительность, меценатство; лоббирование.</p> <p>Роль PR в преодолении коммуникационного кризиса.</p> <p>Взаимоотношения рекламного и PR-отделов на предприятии.</p> <p>Сферы действия и арсенал средств PR-специалистов.</p>	2
Тема 10. Формирование и защита имиджа предприятия	10. Формирование и защита имиджа предприятия	<p>Имидж предприятия: планирование, формирование, продвижение. Имидж и образ. Типология имиджей и имиджмейкерство.</p> <p>Внутренний и внешний имидж предприятия как неотъемлемые компоненты корпоративной философии.</p> <p>Технология построения имиджа лидера.</p>	2
Тема 11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	<p>История выставочной деятельности. Классификация выставок по тематике, периодичности и географии проведения.</p> <p>Известные российские и зарубежные выставки и ярмарки.</p>	2
Тема 12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	<p>Понятие личной продажи: результаты, на которые направлена личная продажа, суть самого процесса, формы, в которых она осуществляется.</p> <p>Возможности и особенности личных продаж как процесса, основанного на личном контакте.</p> <p>Личные продажи как специализация маркетолога.</p> <p>Планирование и организация продаж с использованием Интернет – технологий.</p>	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
Тема 13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	Модель личной продажи при маркетинговом подходе. Комплекс деятельности при подготовке переговоров о продаже. Основные стадии переговоров о продаже. Основные направления деятельности продавца после заключения сделки. Особенности маркетинга по телефону. Этика делового общения при личных продажах.	2
Тема 14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	Тема 14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	Постановка целей и задач в сфере стимулирования сбыта. Особенности стратегических, специфических и разовых целей стимулирования. Основные инструменты стимулирования сбыта. Алгоритм выбора средств стимулирования для конкретной программы стимулирования сбыта. Разработка, реализация и оценка результатов программы стимулирование сбыта.	2
Тема 15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг	Тема 15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг	Роль службы сбыта в достижении маркетинговых целей предприятия. Цели, задачи и функции службы сбыта. Взаимодействие службы сбыта с другими подразделениями предприятия. Подходы к формированию структуры службы сбыта. Типы торгового персонала. Основные способы работы торгового персонала с покупателями. Определение численности службы сбыта.	2
Тема 16. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения	Тема 16. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения	Предварительное тестирование, посттестирование, исследование эффективности продаж. Маркетинговые факторы и коммуникационные стратегии. Стратегические и тактические взаимодействия рекламного и ПРО отделов с торговым аппаратом предприятия. Анализ и контроль затрат и результатов в маркетинговых коммуникациях. Риск, синергический эффект и	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
		экономическая эффективность маркетинговых коммуникаций.	
<b>Итого</b>	–	–	<b>36</b>

#### 5.4. Лабораторные работы

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены учебным планом образовательной программы (таблица 6).

Таблица 6 – Тематика лабораторных работ

Наименование темы дисциплины	Тема лабораторной работы	Трудоемкость, час.
<b>Итого</b>		

#### 5.5. Практические занятия

Практические занятия по дисциплине предусмотрены учебным планом образовательной программы.

Перечень практических занятий, их содержание и трудоемкость представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Тематика и содержание практических занятий

Наименование темы дисциплины	Темы практических занятий	Содержание практических занятий	Трудоемкость, час.
Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	Структура системы маркетинговых коммуникаций: основные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций.	2
Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Технологии интегрирования средств маркетинговых коммуникаций в целостную программу. Управление процессом интегрирования маркетинговых коммуникаций.	2
Тема 3. Основные направления рекламной деятельности	3. Основные направления рекламной деятельности	Понятие, средства, цели и задачи рекламы. Типология рекламы по целевому назначению, по каналам распределения и широте охвата аудитории.	2
Тема 4. Товарная реклама	4. Товарная реклама	Правила создания рекламного слогана. Товарный бренд.	2

Наименование темы дисциплины	Темы практических занятий	Содержание практических занятий	Трудоемкость, час.
Тема 5. Корпоративная (престижная) реклама	5. Корпоративная (престижная) реклама	Фирменный стиль и его элементы: использование шрифта, цветовая гамма и виды печати. Выбор логотипа и оформление названий.	2
Тема 6. Социально-психологические аспекты рекламы	6. Социально-психологические аспекты рекламы	Основные рекламные модели: AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR.	2
Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью	7. Организация и управление рекламной деятельностью	Позиционирование как неотъемлемое условие позиционирования рекламной идеи. Уникальное торговое предложение (УТП) в рекламе.	2
Тема 8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	Процесс работы над тендерами. Функции рекламодателя и рекламного агентства в процессе создания рекламного продукта.	2
Тема 9. Основные направления PR	9. Основные направления PR	Взаимоотношения рекламного и PR-отделов на предприятии. Сферы действия и арсенал средств PR-специалистов.	2
Тема 10. Формирование и защита имиджа предприятия	10. Формирование и защита имиджа предприятия	Внутренний и внешний имидж предприятия как неотъемлемые компоненты корпоративной философии. Технология построения имиджа лидера.	2
Тема 11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	Известные российские и зарубежные выставки и ярмарки.	2
Тема 12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	Планирование и организация продаж с использованием Интернет – технологий.	2
Тема 13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	Основные стадии переговоров о продаже. Этика делового общения при личных продажах.	2
Тема 14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	Постановка целей и задач в сфере стимулирования сбыта. Разработка, реализация и оценка результатов программы стимулирование сбыта.	2
Тема 15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг	15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг	Основные способы работы торгового персонала с покупателями. Определение численности службы сбыта.	2
Тема 16. Оценка	16. Оценка эффек-	Анализ и контроль затрат и	2

Наименование темы дисциплины	Темы практических занятий	Содержание практических занятий	Трудоемкость, час.
эффективности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения	тивности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения	результатов в маркетинговых коммуникациях.	
<b>Итого</b>	—	—	<b>36</b>

## 5.6. Самостоятельная работа обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение, представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Вопросы для самостоятельного изучения дисциплины

Наименование темы дисциплины	Вопросы для самостоятельного изучения темы
Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рассмотрите термины «комплекс продвижения» и «маркетинговые коммуникации», что в них общее, в чем отличие. Какое понятие более широкое?</li> <li>2. Опишите цели передатчика и получателя, которые достигаются в ходе процесса коммуникации. Существуют ли между ними противоречия, если да, то каким образом их преодолеть?</li> <li>3. Как оценить эффективность коммуникационного процесса?</li> <li>4. Назовите основные источники получения обратной связи в процессе коммуникации. Расположите их по убыванию в зависимости от частоты использования / эффективности.</li> </ol>
Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Почему возникла необходимость в интеграции маркетинговых коммуникаций?</li> <li>2. Каковы преимущества внедрения на предприятиях технологий ИМК и существуют ли недостатки?</li> <li>3. Какова роль ИМК в построении товарного бренда?</li> </ol>
Тема 3. Основные направления рекламной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определите пять главных фигур в истории рекламы и поясните, каков их вклад в развитие рекламы.</li> <li>2. При большом количестве продукции ее дифференциация создается рекламой – докажите это.</li> <li>3. Критики рекламы настаивают, что реклама манипулирует своей аудиторией, тогда как сторонники рекламы заявляют, что она всего лишь стремится убеждать. С какой интерпретацией согласны Вы? Почему?</li> </ol>
Тема 4. Товарная реклама	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. «Любая реклама должна приводить к продажам». Согласны ли Вы с этим утверждением.</li> <li>2. Что общего имеют понятия «товарный знак», «товарная марка» и «бренд», и какие между ними существуют отличия?</li> </ol>
Тема 5. Корпоративная (престижная) реклама	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие целевые аудитории можно выделить при создании корпоративной рекламы?</li> <li>2. Из каких составляющих складывается имидж предприятия?</li> </ol>
Тема 6. Социально-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как Вы считаете, верна ли мысль о том, что симпатия к товару</li> </ol>

Наименование темы дисциплины	Вопросы для самостоятельного изучения темы
психологические аспекты рекламы	пропорциональна симпатии к рекламной информации? 2. Какое место занимает творчество (креатив) в процессе создания рекламных обращений?
Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью	1. Объясните, как структурная организация предприятия может влиять на маркетинговые коммуникации? 2. Существуют ли особенности в организационной структуре предприятия, использующего концепцию ИМК? 3. В каких случаях предприятию выгоднее содержать собственный штат сотрудников отдела по работе с маркетинговыми коммуникациями? Назовите причины аутсорсинга тех или иных маркетинговых функций. 4. Что такое реинжиниринг и как он может быть связан с концепцией ИМК?
Тема 8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	1. Описать сущность, преимущества и недостатки основных методов управления рекламной кампанией. В каких ситуациях целесообразно применение каждого из них. 2. Приведите доводы «за» и «против» обращения к рекламным агентствам вместо содержания собственного штата рекламистов. 3. Рассмотреть форму типового договора на изготовление рекламного продукта. Какие пункты договора на ваш взгляд имеют большее значение для рекламного агентства. Предложите введение дополнительных пунктов, касающихся вопросов взаимодействия с рекламодателем.
Тема 9. Основные направления PR	1. Что значит быть хорошим специалистом по PR? Какими человеческими и профессиональными качествами должен обладать PR-менеджер? 2. Считается, что основным инструментом PR -менеджера – информация. Когда информацию можно считать действительно ценной для работы предприятия, и из каких источников ее необходимо черпать? 3. Назовите причины бурного развития PR в бизнес-среде.
Тема 10. Формирование и защита имиджа предприятия	1. Поясните различия между внутренним и внешним имиджем организации. Каким образом они должны соотноситься? 2. Перечислите этапы жизненного цикла организации. Какие мероприятия по формированию внешнего и внутреннего имиджа целесообразно применять на разных этапах ЖЦ организации?
Тема 11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	2. Какие функции должны выполнять персонал, участвующий в выставке, и по каким критериям его выбирать? 3. В чем специфика работы выставочного персонала, и каким образом их эффективнее стимулировать и мотивировать? 4. Зачем выставочному персоналу необходим поэтапный план работы? Какие «подводные камни» могут подстерегать на выставке и как им противостоять? 5. Каковы особенности проектирования выставочного стенда? Каким должен быть баланс оригинальности проекта и его соответствия фирменному стилю компании?
Тема 15. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг	1. Что должен знать и уметь менеджер, чтобы организовать успешную работу службы сбыта? Какие проблемы могут вызвать у него наибольшие затруднения? 2. Что является наиболее важным в работе службы сбыта? От чего зависит ее эффективность?

Наименование темы дисциплины	Вопросы для самостоятельного изучения темы
	3. Какими основными критериями надо руководствоваться при подборе сотрудников службы сбыта? 4. Какой важной информацией должен обладать менеджер, отвечающий за работу службы сбыта?

В процессе самостоятельной работы обучающиеся должны принимать решение по рассматриваемой проблеме с минимальным участием педагогического работника. Для решения поставленных задач может использоваться дополнительная литература и источники в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Для закрепления пройденного материала педагогическим работником могут выдаваться домашние задания.

В таблице 9 указаны виды самостоятельной работы, выполняемые обучающимися при изучении соответствующих тем дисциплины.

Таблица 9 – Виды самостоятельной работы

Наименование темы дисциплины	Виды самостоятельной работы
Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций.	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 3. Основные направления рекламной деятельности	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 4. Товарная реклама	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 5. Корпоративная (престижная) реклама	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 6. Социально-	Самостоятельное изучение вопросов темы.

Наименование темы дисциплины	Виды самостоятельной работы
психологические аспекты рекламы	Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 8. Рекламные агентства. Управление рекламной деятельностью	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 9. Основные направления PR	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 10. Формирование и защита имиджа предприятия	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 11. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 12. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 13. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента	Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 14. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам	Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 15. Служба сбыта на предпри-	Проработка и повторение лекционного материала.

Наименование темы дисциплины	Виды самостоятельной работы
ятии, ориентированном на маркетинг	Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 16. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия, методы и приемы ее повышения	Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации

Учебным планом в рамках дисциплины не предусмотрено выполнение расчетно-графической работы (РГР).

### 5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Формы контрольно-оценочных мероприятий, проводимых в рамках текущего контроля успеваемости, представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Формы и периодичность текущего контроля успеваемости

Вид учебной работы	Форма текущего контроля успеваемости	Периодичность осуществления
Практические занятия	Устный экспресс-опрос	На каждом занятии
Самостоятельная работа обучающихся	- устная (устный опрос); - письменная (письменный опрос, выполнение конспектов, расчетно-графической работы); - тестовая (бланочное тестирование).	В течение семестра

Оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (промежуточная аттестация обучающихся) осуществляется в форме экзамена, проводимого в устной или письменной форме. Аттестационное испытание может включать в себя прохождение теста с использованием технологии компьютерного тестирования. Для уточнения оценки экзаменатор может проводить короткий опрос-собеседование с обучающимся и (или) выдавать ему дополнительные задания.

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины применяются следующие образовательные технологии: личностно-ориентированные, активизации деятельности обучающихся, интеллектуальной направленности, проблемного обучения, диалоговые и профессионально-ориентированные (таблица 11).

Таблица 11 – Образовательные технологии, применяемые в ходе преподавания дисциплины

Вид учебной работы	Применяемые образовательные технологии
Лекции	Лекция-визуализация. Лекция-беседа.
Практические занятия / Лабораторные работы	Решение практических задач. Тестирование. Деловая игра.
Самостоятельная работа обучающихся	Проработка лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы. Выполнение практического задания. Подготовка к лекциям. Подготовка к практическим занятиям. Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта. Подготовка к экзамену
Консультации	Концентрация внимания на отдельных вопросах. Личностно-ориентированный подход. Диалог.
Промежуточная аттестация обучающихся	Экзамен (в устной или письменной форме).

## 7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В электронной информационно-образовательной среде БГТУ размещается электронный курс дисциплины, включающий в себя:

- сведения об авторе курса;
- краткое описание курса;
- рабочую программу дисциплины;
- полный перечень тем дисциплины;
- презентационные материалы для проведения занятий лекционного типа;
- лекции/краткий конспект лекций по каждой теме;
- методические указания по выполнению каждого практического задания;
- материалы и тестовые задания для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Наименование электронного курса в электронной информационно-образовательной среде БГТУ — «Маркетинговые коммуникации – автор Дубаневич Е.В. для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», форма обучения – очная.

Электронный курс предназначен для обеспечения обучающихся всеми необходимыми учебно-методическими материалами, а также проведения контрольно-оценочных мероприятий в процессе обучения. При необходимости осуществляется файловый обмен отчетами о выполнении обучающимися самостоятельной работы.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

1. Дубаневич, Е.В. Методические указания к изучению дисциплины «Маркетинговые коммуникации» [Текст] + [Электронный ресурс] / Е.В. Дубаневич — Брянск: БГТУ, 2021. — 53 с.

### **8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### ***а) Основная литература***

1. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации : практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 194 с. — ISBN 978-5-394-03541-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110953.html> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71238.html> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смолоник, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90586.html> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

#### ***б) Дополнительная литература***

1. Гаранина, М. П. Маркетинг : лабораторный практикум / М. П. Гаранина, О. А. Бабордина. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 78 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/105023.html> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100169.html> — Режим доступа: для авториз. пользователей

### **8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при изучении дисциплины**

1. Сайт научной библиотеки БГТУ (<https://libri.tu-bryansk.ru>)
2. Электронно-библиотечная система «Лань» (<https://e.lanbook.com>).
3. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>).
4. Электронно-библиотечная система ИД «Гребенников» (<https://grebennikon.ru>).
5. Единое окно доступа к информационным ресурсам (<http://window.edu.ru>).
6. Национальная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>).
7. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» (<http://school-collection.edu.ru>).
8. Федеральный Интернет-портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru>).

### **8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и (или) информационных справочных систем**

1. Операционная система класса Microsoft Windows.
2. Пакет офисных прикладных программ OpenOffice или Microsoft Office.
3. Справочная правовая система «КонсультантПлюс»

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения обучения необходима следующая материально-техническая база:

- аудитория для проведения лекционных занятий, оборудованная персональными компьютерами, мультимедийным компьютерным проектором, средства звуковоспроизведения (по возможности), проекционным экраном, наличием доступа в информационно-коммуникационную сеть Интернет;
- компьютерный класс для проведения лабораторных работ с установленным комплектом программного обеспечения и доступом в информационно-коммуникационную сеть интернет, оборудованный мультимедийным компьютерным проектором, средства звуковоспроизведения (по возможности),

проекционным экраном;

- учебная аудитория, оснащенная комплектом мебели и доской, для проведения консультаций, зачета, зачета с оценкой, экзамена;
- компьютерные классы с постоянным доступом к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также читальные залы научной библиотеки БГТУ для самостоятельной работы обучающихся.

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Изучение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья организуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При проведении учебных занятий обеспечивается соблюдение следующих требований:

- учебные занятия проводятся для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся в ходе учебных занятий;
- присутствие ассистента из числа работников БГТУ или привлеченных лиц, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с педагогическим работником и т. п.);
- обучающиеся с учетом их индивидуальных особенностей могут пользоваться необходимыми им техническими средствами;
- материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже; наличие специальных кресел и других приспособлений).

Университетом созданы специальные условия для получения высшего образования обучающимися с ОВЗ:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий (информация должна быть выполнена крупным рельефно-контрастным шрифтом (на белом или желтом фоне) и продублирована шрифтом Брайля);
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую

помощь;

- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию организации;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров (мониторы, их размеры и количество необходимо определять с учетом размеров помещения);

- обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальное понижение стоек-барьеров; наличие специальных кресел и других приспособлений).

## 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 11.1. Методические материалы для педагогических работников

Основными формами организации обучения по дисциплине являются лекции, практические занятия и самостоятельная работа обучающихся.

**Организация теоретического обучения** предполагает использование инновационных технологий проведения занятий лекционного типа, к которым, в частности, относятся: проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-исследование.

1. *Проблемная лекция* предполагает преимущественно всесторонний анализ исторических и социокультурных, образовательных явлений, научный поиск истины. Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

2. *Лекция-визуализация* реализует принцип наглядности и учит обучающихся преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, что формирует у них профессиональное мышление за счет систематизации и выделения наиболее значимых, существенных элементов содержания обучения.

3. *Лекция-беседа* является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения обучающихся в учебный процесс. Такая лекция предполагает непосредственный контакт (диалог) педагогического работника с аудиторией.

4. *Лекция-дискуссия*, в которой в отличие от лекции-беседы педагогический работник при изложении лекционного материала не только использует ответы обучающихся на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами.

**Организация практических занятий по дисциплине** направлена на углубление научно-теоретических знаний обучающихся, формирование практических умений и овладение определенными методами самостоятельной работы.

Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях.

Задачи практических занятий:

- помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;
- научить обучающихся приемам решения задач из предметной области дисциплины;
- способствовать овладению навыками и умениями, входящих в структуру формируемых компетенций в результате освоения дисциплины;
- научить их работать с информацией, книгой, пользоваться справочной и научной и методической литературой;
- формировать умение учиться самостоятельно, т.е. овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Содержание практических работ составляют:

- устные экспресс-опросы;
- групповые дискуссии;
- выполнение практических заданий;
- письменное или компьютерное экспресс-тестирование и др.

Цели практических занятий наилучшим образом достигаются в том случае, если студент предварительно проработал тематику практического занятия. Поэтому преподаватель должен информировать студентов о теме следующего практического занятия, чтобы они могли целенаправленно самостоятельно заниматься в домашних условиях.

**Самостоятельная работа обучающихся** предполагает аудиторную и внеаудиторную формы организации.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся без участия педагогического работника являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); подготовка к занятиям; составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний и т.п.; текущий самоконтроль.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся с участием педагогического работника являются: текущие консультации, прием и разбор домашних заданий и др.

При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, консультации преподавателя и др.

## 11.2. Методические материалы для обучающихся

Обучающимся, изучающим дисциплину, необходимо знать требования, предъявляемые к их различным видам учебных занятий, в том числе лекционным, практическим, индивидуальным и др. (таблица 12).

Таблица 12 – Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

Вид учебной работы	Организация деятельности обучающегося
Лекции	Изучение дисциплины следует начинать с прослушивания и конспектирования лекций, перечитывать конспект перед выполнением домашних заданий и практическими занятиями. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать педагогическому работнику на консультации, на практическом занятии. Над конспектами лекций надо работать систематически: первый просмотр рекомендуется сделать вечером того же дня, когда была прочитана лекция, затем просмотреть через 3-4 дня, и сделать это еще раз накануне практического занятия.
Практические занятия	Ознакомление с целью и задачами занятия. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме. Выполнение (решение) практических заданий и задач по алгоритму, на основе частично поисковой и или исследовательской деятельности и др.
Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта	Ознакомление с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в конкретной теме. Составление аннотаций к прочитанным источникам и др. Рефлексия собственных достижений
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, шкалу оценивания и др.

## 12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины

Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины

Код индикатора достижения компетенции	Оценочные средства текущего контроля успеваемости	Оценочные средства промежуточной аттестации обучающихся
ПК-2.1	1. Устные экспресс-опросы (темы 1-6, 9-16). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 1-6, 9-16).	Вопросы к экзамену представлены в ФОС по дисциплине
ПК-2.2	1. Устные экспресс-опросы (темы 7, 8). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 7, 8).	Вопросы к экзамену представлены в ФОС по дисциплине

## 12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости

Оценивание отдельных видов работ в процессе изучения дисциплины рекомендуется осуществлять с использованием следующей шкалы:

– обучающийся ответил правильно на более, чем 90 % заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и успешно защитил практические работы, показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «отлично» (максимальный уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на 75-89% заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и защитил практические работы с незначительными замечаниями, показал хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «хорошо» (средний уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на 60-74% заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и защитил практические работы со значительными замечаниями, показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «удовлетворительно» (минимальный уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на менее, чем 60% заданных вопросов или вопросов-тестов, не выполнил все или выполнил часть практических работ, не защитил или защитил их со значительными замечаниями, при выполнении задания обучающийся не продемонстрировал уровень самостоятельного владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «неудовлетворительно» (минимальный уровень освоения компетенций не достигнут).

Критерии и шкала оценки РГР / доклада (реферата), его презентации (выбрать необходимое) по дисциплине представлены в таблице 14 и при освоении дисциплины не используются.

Таблица 14 – Критерии и шкала оценки РГР / доклада (реферата), его презентации по дисциплине (не используются)

Оценка	Оцениваемые параметры
«отлично»	Теоретический вопрос раскрыт полностью без смысловых и логических ошибок. Задание решено верно. На защите ответ обучающегося полный и правильный. Обучающийся способен изложить решение задания, сделать собственные выводы, проанализировать основные показатели. В полном объеме представлен соответствующий графический материал.
«хорошо»	Теоретический вопрос раскрыт на достаточно высоком уровне без смысловых и логических ошибок. Задание решено верно. Имеются незначительные недочеты в определении единиц измерения, точности вычислений и т.п. На защите ответ обучающегося в целом полный и правильный. Обучающийся способен изложить решение задания, сделать собственные выводы, проанализировать основные показатели. В полном объеме представлен соответствующий графический материал.
«удовлетворительно»	Теоретический вопрос раскрыт на достаточном уровне, без существенных смысловых и логических ошибок. Задание решено верно, но имеются значительные недочеты в его решении, связанные с неполнотой ответа, с правильным исчислением одних данных и неверным – других и пр. На защите ответ неполный. Обучающийся способен четко изложить решение задания, но допускает неточности в формулировке собственных выводов и анализе основных показателей. В неполном объеме представлен графический материал.
«неудовлетворительно»	Теоретический вопрос не раскрыт или раскрыт не полностью при наличии разного рода неточностей и ошибок. Задание решено со значительными недочетами, с неполными ответами, с неправильным исчислением данных. На защите ответ обучающегося неполный. Обучающийся не способен четко изложить решение задания, допускает неточности в формулировке собственных выводов, не способен проанализировать основные показатели. Графический материал не представлен или представлен не в полном объеме.

В процесс преподавания дисциплины педагогическим работником формируется оценка, характеризующая текущую успеваемость обучающегося.

### 12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

При проведении промежуточной аттестации обучающихся в форме экзамена используется шкала оценивания, представленная в таблице 15.

Таблица 15 – Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
Высокий (зачтено / «отлично»)	Обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, уверенно это демонстрирует в ходе промежуточной аттестации. Исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с ре-

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
	шением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.
Повышенный (зачтено / «хорошо»)	Обучающийся знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.
Базовый (зачтено / «удовлетворительно»)	Обучающийся знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.
Низкий (не зачтено / «неудовлетворительно»)	Обучающийся не знает на пороговом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) оценивается по пятибалльной системе. Шкалы оценивания представлены в таблицах 16, 17 и при освоении дисциплины не используется.

Таблица 16 – Шкала оценивания, применяемая при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) для технических дисциплин (не используются)

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
«отлично»	<b>а) Содержание работы:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работа полностью соответствует теме исследования;</li> <li>– грамотно обоснована актуальность работы;</li> <li>– обучающийся показывает глубокую общетеоретическую подготовку;</li> <li>– обучающийся корректно использует терминологический аппарат;</li> <li>– в работе используются актуальные источники, нормативные документы, законодательные акты;</li> <li>– обучающийся демонстрирует умение работать с различными видами источников информации, в том числе с данными, получен-</li> </ul>

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
	<p>ными экспериментальным путем и с электронными библиотечными системами вуза;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать и научно классифицировать материал;</li> <li>– исследование завершается научно-значимыми выводами и/или практическими рекомендациями.</li> </ul> <p><b>б) Владение навыками научного исследования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся владеет методологическими подходами к изучению предмета исследования и конкретными методиками;</li> <li>– обучающийся умеет грамотно составить программу исследования (определить научную проблему, объект, предмет, цели, задачи, подобрать методы исследования), обосновать научную новизну и/или практическую значимость данного исследования;</li> <li>– обучающийся умеет делать аргументированные выводы, соответствующие поставленным целям и задачам;</li> <li>– обучающийся умеет предложить варианты использования результатов исследования в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>в) Оформление курсовой работы (проекта):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работа оформлена в соответствии с локальными актами.</li> </ul> <p><b>г) Защита курсовой работы (проекта):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся в устном выступлении на защите адекватно представляет результаты исследования;</li> <li>– обучающийся аргументированно отвечает на вопросы и ведет научную дискуссию;</li> <li>– обучающийся владеет научным стилем изложения;</li> <li>– обучающийся владеет понятийным аппаратом.</li> </ul>
«хорошо»	<p><b>а) Содержание работы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– полностью соответствует теме исследования;</li> <li>– актуальность работы обоснована недостаточно аргументированно;</li> <li>– обучающийся показывает достаточную общетеоретическую подготовку, допуская погрешности в использовании терминологического аппарата;</li> <li>– обзор теоретических и практических наработок по проблеме имеет описательный, а не аналитический характер;</li> <li>– источниковая база исследования недостаточно широкая;</li> <li>– обучающийся демонстрирует умение работать с различными видами источников, в том числе с данными, полученными экспериментальным путем;</li> <li>– обучающийся проявляет способности обобщать, систематизировать и научно классифицировать материал;</li> <li>– в работе отсутствуют научно-значимые выводы и/или практические результаты.</li> </ul> <p><b>б) Владение навыками научного исследования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– не обоснована научная новизна и практическая значимость данного исследования;</li> <li>– присутствуют отдельные недочеты в программе исследования (недостаточно аргументированно определена научная проблема, неверно сформулированы объект, предмет, цели, задачи, методы исследования подобраны не вполне корректно);</li> </ul>

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
	<p>– выводы исследования недостаточно аргументированны, не соответствуют поставленным целям и задачам.</p> <p><b>в) Оформление курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– работа оформлена в соответствии с локальными актами.</p> <p><b>г) Защита курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– обучающийся в устном выступлении на защите адекватно представляет результаты исследования;</p> <p>– обучающийся владеет научным стилем изложения;</p> <p>– обучающийся владеет понятийным аппаратом;</p> <p>– обучающийся во время защиты не смог ответить на ряд вопросов по предмету исследования.</p>
«удовлетворительно»	<p><b>а) Содержание работы:</b></p> <p>– частично соответствует теме исследования;</p> <p>– не обоснована актуальность работы;</p> <p>– обучающийся обнаружил удовлетворительные знания по предмету;</p> <p>– в работе отсутствует обзор теоретических и практических наработок по проблеме;</p> <p>– источниковая база исследования недостаточно широка, обучающийся использует лишь данные научной литературы;</p> <p>– обучающийся не сумел продемонстрировать умение работать с различными видами источников;</p> <p>– в работе отсутствуют научно-значимые выводы или практические результаты.</p> <p><b>б) Оформление курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– работа оформлена в соответствии с локальными актами.</p> <p><b>в) Защита курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– в устном выступлении на защите обучающийся не может адекватно представить результаты исследования;</p> <p>– обучающийся отстает от научного стиля изложения;</p> <p>– обучающийся затрудняется в аргументации, отвечая на вопросы по теме работы.</p>
«неудовлетворительно»	<p>– имеются принципиальные замечания по пяти и более параметрам курсовой работы (проекта);</p> <p>– обучающийся допустил грубые теоретические ошибки, не владеет навыками исследования.</p>

Таблица 17 – Шкала оценивания, применяемая при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) для гуманитарных дисциплин (не используются)

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
«отлично»	<p>Актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи, объект, предмет работы сформулированы корректно. Материал систематизирован, обоснованно используются современные методы и инструменты исследования. Тема работы полностью раскрыта, четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы. В работе использованы практические кейсы по выбранной теме, содержится анализ рос-</p>

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
	<p>сийского и зарубежного опыта, проведен обзор научной литературы.</p> <p>Отбор источников проведен корректно, проведен глубокий теоретический анализ и сформулированы исследовательские пробелы. Источники удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Полученные результаты достоверны и аргументированы. Указаны перспективы исследования и/или практическая значимость.</p> <p>Работа оформлена в строгом соответствии с установленным стандартом и требованиям. Стил изложения научный.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на высоком уровне. Автор свободно ориентируется в материале, оперирует научной терминологией по рассматриваемой проблеме, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы. Хорошо структурированы доклад и презентация.</p>
«хорошо»	<p>Актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи сформулированы корректно, есть неточности в определении объекта и предмета работы. Теоретический анализ проведен не достаточно глубоко. Материал систематизирован, используются современные методы и инструменты исследования.</p> <p>Отбор источников проведен корректно: источники являются актуальными, соответствуют теме исследования, удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Полученные результаты в целом достоверны и аргументированы.</p> <p>Тема работы в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы; использованы соответствующая основная и дополнительная литература, а также нормативные правовые акты и другие источники.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на хорошем уровне. Автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания /неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы. Доклад в целом правильно структурирован, презентация раскрывает тему и содержание работы.</p>
«удовлетворительно»	<p>Актуальность работы обозначена поверхностно, нет поддерживающих аргументов. Цели и задачи работы сформулированы недостаточно корректно. Проведено реферирование источников без глубокого критического анализа, количество источников ограничено.</p> <p>Материал слабо систематизирован, обоснованно используются методы и инструменты исследования, достоверность полученных результатов слабо обоснована.</p> <p>Работа оформлена с нарушениями, язык работы не соответствует научному стилю, есть замечания к оформлению списка источников. Структура презентации не полностью раскрывает тему. Имеются существенные ошибки в оформлении презентации, библиографии, визуальных материалов.</p>

Уровень освоения (оценка)	Планируемые результаты освоения дисциплины
	Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на среднем уровне Автор не ответил на ряд из заданных вопросов.
«неудовлетворительно»	<p>Актуальность работы не обозначена. Цель работы расходится с темой, сформулированные задачи не позволяют раскрыть тему. Материал не систематизирован, нет понимания возможностей корректного использования методов и инструментов исследования, результаты исследования не сформулированы. Материал работы не структурирован, логика изложения материала нарушена.</p> <p>Используемые источники не являются актуальными, не соответствуют теме курсовой работы (проекта), не удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Работа оформлена с нарушениями требований, язык работы не соответствует научному стилю, присутствует некорректное оформление работы с первоисточниками.</p> <p>Материал изложен без собственной оценки и выводов.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на низком уровне Автор плохо ориентируется в представленном материале. Структура презентации не раскрывает тему. Имеются существенные ошибки в оформлении презентации, библиографии, визуальных материалов. Автор не ответил на большинство из заданных вопросов.</p>

#### 12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине

Итоговая оценка по дисциплине определяется с учетом результатов промежуточной аттестации обучающегося (экзамена) и оценок, полученных обучающимся в ходе текущего контроля успеваемости в семестре.

#### 12.5. Характеристика результатов обучения

Характеристики результатов обучения по дисциплине в зависимости от полученной обучающимся оценки приведены в таблице 18.

Таблица 18 – Характеристика результатов обучения по дисциплине

Оценка	Характеристика результатов обучения
Зачтено / «Отлично» (высокий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине)	Содержание дисциплины освоено полностью, все цели достигнуты, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены
Зачтено / «Хорошо» (повышенный уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине)	Содержание дисциплины освоено полностью, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями
Зачтено / «Удовлетворительно» (базовый уровень освоения всех индикаторов достижения)	Содержание дисциплины освоено частично, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, в них имеются ошибки

Оценка	Характеристика результатов обучения
компетенций в дисциплине)	
Не зачтено / «Неудовлетворительно» (низкий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине)	Содержание дисциплины не освоено, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо значительному повышению качества выполнения учебных заданий

## 12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся представлены в электронном курсе «Маркетинговые коммуникации», размещенном в системе электронной поддержки учебных курсов на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования ([edu.tu-bryansk.ru](http://edu.tu-bryansk.ru)), входящей в состав электронной информационно-образовательной среды БГТУ (<http://edu.tu-bryansk.ru>) и «Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинговые коммуникации».

## 13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» воспитание - «деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде».

В учебном процессе воспитательная работа с обучающимися реализуется средствами учебных дисциплин.

Воспитательная деятельность в ходе преподавания дисциплины направлена на формирование у обучающегося системы убеждений, нравственных норм и общекультурных качеств, на оказание им помощи в жизненном самоопределении, нравственном, гражданском и профессиональном становлении, на создание условий для самореализации личности. Воспитательная работа также ориентирует обучающихся на будущую профессиональную деятельность, формируя не только личностные, но и профессионально значимые качества.

Воспитательные задачи во время учебных занятий выполняются в скрытой (контекстной) и открытой (целенаправленной) формах. Скрытая форма воспитательной работы представляет собой воздействие всего хода педагогического процесса на становление личностных качеств обучающихся. Например,

соблюдение педагогическим работником трудовой дисциплины, демонстрация преданности науке, заинтересованность в успехе обучающихся, правильная речь, хорошие манеры и т.п. имеют положительное воспитательное значение и формируют у обучающихся добросовестность, исполнительность, трудолюбие, ответственность и другие положительные качества. Обучающиеся неосознанно перенимают данные черты у педагогического работника.

Воспитание в открытой форме – это целенаправленное воздействие содержанием учебной дисциплины на становление личности обучающегося. Например, решение проблем и исследовательская работа формируют у обучающихся умение аргументировать, самостоятельно мыслить, стремление к научному поиску, развивают творчество, профессиональные умения.