

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Фармацевтический факультет

Кафедра медицинского и фармацевтического товароведения

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.06.01 РЕКЛАМА И МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение

Профиль подготовки: Товароведение медицинских изделий и фармацевтических товаров

Формы обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Год набора: 2023

Срок получения образования: 4 года

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

Разработчики:

Доцент кафедры медицинского и фармацевтического
товароведения, кандидат фармацевтических наук
Пушкайнен Ю. А.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 985, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Эксперт в сфере закупок", утвержден приказом Минтруда России от 10.09.2015 № 626н; "Специалист в сфере закупок", утвержден приказом Минтруда России от 10.09.2015 № 625н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Кафедра медицинского и фармацевтического товароведения	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Умаров С. З.	Рассмотрено	04.05.2023
2	Методическая комиссия фармацевтического факультета	Председатель методической комиссии/совета	Жохова Е. В.	Согласовано	04.05.2023
3	Кафедра медицинского и фармацевтического товароведения	Ответственный за образовательную программу	Умаров С. З.	Согласовано	04.05.2023

Согласование и утверждение образовательной программы

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	фармацевтический факультет	Декан, руководитель подразделения	Ладутько Ю. М.	Согласовано	04.05.2023

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П2 Способность организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств

ПК-П2.1 Умеет анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

Знать:

ПК-П2.1/Зн1 Знать правила составления и оформления коммерческих предложений

ПК-П2.1/Зн4 Знать требования к рекламе медицинских изделий и фармацевтических товаров.

ПК-П2.1/Зн5 Знать правила выкладки медицинских изделий и фармацевтических товаров в местах продажи.

Уметь:

ПК-П2.1/Ум2 Уметь составлять коммерческие предложения для различных целевых сегментов потребителей медицинских изделий и фармацевтических товаров

ПК-П2.1/Ум3 Уметь анализировать коммерческие предложения и устанавливать их соответствие решаемой задаче снабжения

ПК-П2.1/Ум5 Уметь разработать рекламные материалы, соответствующие требованиям нормативных документов, для стимулирования сбыта медицинских изделий и фармацевтических товаров.

ПК-П2.1/Ум6 Уметь осуществлять контроль за соблюдением правил выкладки медицинских изделий и фармацевтических товаров в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.06.01 «Реклама и мерчендайзинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 7.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.В.13.02 Основы закупочной деятельности;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.В.13.01 Внешнеторговая деятельность и таможенная экспертиза;

Б1.В.13.03 Закупки для государственных и муниципальных нужд;

Б1.В.ДВ.06.02 Интернет маркетинг и электронная коммерция;

Б1.В.13 Организация закупок медицинских изделий и фармацевтических товаров (модуль);

Б1.В.13.02 Основы закупочной деятельности;

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;

Б2.В.01(Пд) производственная практика (преддипломная практика, практика по организации и управлению закупочной деятельностью);

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации в период теоретического обучения (часы)	Контактные часы на аттестацию в период обучения (часы)	Лекции (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа студента (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	72	2	40	6	2	16	16	32	Зачет
Всего	72	2	40	6	2	16	16	32	

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации в период теоретического обучения	Контактные часы на аттестацию в период обучения	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа студента	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Рекламная деятельность	44			10	10	24	ПК-П2.1
Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации	16			4	4	8	
Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности	12			2	2	8	
Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании	16			4	4	8	
Раздел 2. Мерчендайзинг	28	6	2	6	6	8	ПК-П2.1
Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети	16	2		4	4	6	
Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга	12	4	2	2	2	2	
Итого	72	6	2	16	16	32	

4.2. Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля

Раздел 1. Рекламная деятельность

Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации

Ключевые навыки и обязанности специалистов: по рекламе, по PR, по мерчендайзингу. Проект профстандарта и кодекс профессиональных и этических принципов, разработанный РАСО. Основные понятия PR. Коммуникативный аудит.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Контроль самостоятельной работы

Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности

Государственное регулирование рекламы медицинских и фармацевтических товаров: нормативное регулирование, судебные споры, решения.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Контроль самостоятельной работы
Протокол практического занятия

Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании

Разработка плана PR-кампании

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Контроль самостоятельной работы
Протокол практического занятия

Раздел 2. Мерчендайзинг

Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети

Профессиональные обязанности мерчендайзера. Целевая аудитория. Размещение и выкладка товаров.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Тест
Протокол практического занятия

Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга

Оценка деятельности мерчендайзера, коэффициенты эффективности, планыграммы.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Доклад, сообщение
Контроль самостоятельной работы

4.3. Содержание занятий семинарского типа.

Очная форма обучения. Консультации в период теоретического обучения (6 ч.)

Раздел 1. Рекламная деятельность

Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации

Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности

Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании

Раздел 2. Мерчендайзинг (6 ч.)

Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети (2 ч.)

1. Консультация по выполнению индивидуального задания 2 часа

Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга (4 ч.)

1. Выполнение индивидуального задания 2 часа

2. Консультация по прохождению промежуточной аттестации в виде зачета 2 часа

4.4. Содержание занятий семинарского типа.

Очная форма обучения. Контактные часы на аттестацию в период обучения (2 ч.)

Раздел 1. Рекламная деятельность

Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации

Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности

Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании

Раздел 2. Мерчендайзинг (2 ч.)

Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети

Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга (2 ч.)

4.5. Содержание занятий лекционного типа.

Очная форма обучения. Лекции (16 ч.)

Раздел 1. Рекламная деятельность (10 ч.)

Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации (4 ч.)

1. Рекламная деятельность: специалисты, профессиональные и этические принципы. 2 часа.

2. Коммуникативный аудит. 2 часа.

Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности (2 ч.)

1. Государственное регулирование рекламной деятельности.

Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании (4 ч.)

1. Планирование PR-программы 4 часа

Раздел 2. Мерчендайзинг (6 ч.)

Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети (4 ч.)

1. Типология продавцов и покупателей 2 часа

2. Размещение и выкладка товаров 2 часа
Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга (2 ч.)
1. Оценка стандартов мерчендайзинга

4.6. Содержание занятий семинарского типа.

Очная форма обучения. Практические занятия (16 ч.)

Раздел 1. Рекламная деятельность (10 ч.)

- Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации (4 ч.)
Коммуникативный аудит. 4 часа.
- Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности (2 ч.)
Анализ судебных споров о рекламе медицинских и фармацевтических товаров
- Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании (4 ч.)

1. Разработка PR-программы организации

Раздел 2. Мерчендайзинг (6 ч.)

- Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети (4 ч.)
1. Мерчендайзинг в розничной сети
- Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга (2 ч.)
1. Оценка стандартов мерчендайзинга на примере организации 2 часа

4.7. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения. Самостоятельная работа студента (32 ч.)

Раздел 1. Рекламная деятельность (24 ч.)

- Тема 1.1. Реклама как средство маркетинговой коммуникации (8 ч.)
1. Подготовка к текущему контролю знаний 4 часа
 2. Подготовка к дискуссии по теме занятия 4 часа
- Тема 1.2. Государственное регулирование рекламной деятельности (8 ч.)
1. Подготовка к текущему контролю знаний и промежуточной аттестации по дисциплине 4 часа
 2. Выполнение индивидуального задания 4 часа
- Тема 1.3. Планирование и проведение рекламной кампании (8 ч.)
1. Подготовка к текущему контролю знаний и промежуточной аттестации по дисциплине 4 часа
 2. Выполнение индивидуального задания 4 часа

Раздел 2. Мерчендайзинг (8 ч.)

- Тема 2.1. Мерчендайзинг в розничной сети (6 ч.)
1. Подготовка к текущему контролю знаний и промежуточной аттестации по дисциплине 2 часа
 2. Выполнение индивидуального задания 4 часа
- Тема 2.2. Оценка стандартов мерчендайзинга (2 ч.)
1. Выполнение индивидуального задания 2 часа

5. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: Зачет, Седьмой семестр.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета. Зачет проводится в форме последовательной оценки портфолио студента и выполнения итогового теста.

Порядок проведения зачета:

1. Зачет проводится в период теоретического обучения. Не допускается проведение зачета на последних аудиторных занятиях.
2. Преподаватель принимает зачет только при наличии ведомости и надлежащим образом

оформленной зачетной книжки.

3. Результат зачета объявляется студенту непосредственно после его сдачи, затем выставляется в ведомость и зачетную книжку студента. Положительная оценка заносится в ведомость и зачетную книжку, неудовлетворительная оценка проставляется только в ведомости. В случае неявки студента для сдачи зачета в ведомости вместо оценки делается запись «не явился».

Портфолио студента оценивается в категориях «зачтено - не зачтено». Оценка "зачтено" выставляется при соблюдении студентом требований ко всем элементам портфолио. Оценка "не зачтено" выставляется если портфолио не представлено, представлено не полное или нарушены требования к оформлению отдельных элементов.

Тестирование проводится в электронной информационно-образовательной среде СПХФУ с применением SafeExam Browser и видеofиксации процесса прохождения промежуточной аттестации. Тестирование проводится с ограничением по времени не более 1 минуты на одно тестовое задание, не более 30 минут на тестирование в целом. Студенту для получения положительного результата предоставляется 1 попытка для прохождения тестирования.

Оценивание осуществляется следующим образом:

70% правильных ответов и более - "зачтено"

менее 70% правильных ответов - "не зачтено".

Если по итогам проведенной промежуточной аттестации хотя бы одна из компетенций не сформирована на уровне требований к дисциплине в соответствии с образовательной программой (результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции), обучающемуся выставляется оценка «не зачтено».

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Шарков,, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков,. - Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг - Москва: Дашков и К, 2020. - 324 с. - 978-5-394-03519-7. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/111036.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

2. Базиян,, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиян,. - Реклама и PR - Москва: Юриспруденция, 2018. - 448 с. - 978-5-9516-0830-7. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86540.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

3. Сабетова,, Т. В. Реклама и рекламная деятельность: учебное пособие / Т. В. Сабетова,; под редакцией Е. В. Закшевская. - Реклама и рекламная деятельность - Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. - 165 с. - 2227-8397. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

4. Байбардина,, Т. Н. Торговая реклама непродовольственных товаров: учебное пособие / Т. Н. Байбардина,, О. А. Бурцева,, Т. Л. Процко,. - Торговая реклама непродовольственных товаров - Минск: Вышэйшая школа, 2016. - 208 с. - 978-985-06-2653-0. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/90844.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Любименко,, А. И. Мерчендайзинг: учебное пособие / А. И. Любименко,, М. Н. Титова,, М. В. Чигиринова,. - Мерчендайзинг - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. - 95 с. - 978-5-7937-1452-5. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/103960.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

2. Китчен,, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика: учебное пособие для вузов / Ф. Китчен,,; под редакцией Б. Л. Еремина. - Паблик рилейшнз. Принципы и практика - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 455 с. - 5-238-00603-9. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

3. Синяева,, И. М. Паблик-рилейшенз: толковый словарь / И. М. Синяева,. - Паблик-рилейшенз - Москва: Дашков и К, 2020. - 200 с. - 978-5-394-03708-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/110927.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

4. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили,, А. А. Романов,, Г. А. Васильев, [и др.] - Правовое регулирование рекламной деятельности - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 240 с. - 978-5-238-01546-0. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

6.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. youtube.com - YouTube видеохостинг

2. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс :[справочно-правовая система] / ЗАО "КонсультантПлюс". - [Москва]

3. <https://spb.hh.ru/> - HeadHunter. Работа в Санкт-Петербурге

6.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения реализации дисциплины используется стандартный комплект программного обеспечения (ПО), включающий регулярно обновляемое свободно распространяемое и лицензионное ПО, в т.ч. MS Office.

Программное обеспечение для адаптации образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья:

Программа экранного доступа Nvda - программа экранного доступа к системным и офисным приложениям, включая web-браузеры, почтовые клиенты, Интернет-мессенджеры и офисные пакеты. Встроенная поддержка речевого вывода на более чем 80 языках. Поддержка большого числа брайлевских дисплеев, включая возможность автоматического обнаружения многих из них, а также поддержка брайлевского ввода для дисплеев с брайлевской клавиатурой. Чтение элементов управления и текста при использовании жестов сенсорного экрана.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

*Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)*

Не используется.

6.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Для обеспечения реализации дисциплины используется оборудование общего назначения, специализированное оборудование, оборудование, обеспечивающее адаптацию электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий по списку.

Оборудование общего назначения:

Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления) - для проведения лекционных и семинарских занятий.

Компьютерный класс (с выходом в Internet) - для организации самостоятельной работы обучающихся.

Оборудование, обеспечивающее адаптацию электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (место размещения - учебно-методический отдел, устанавливается по месту проведения занятий (при необходимости)):

Устройство портативное для увеличения DION OPTIC VISION - предназначено для обучающихся с нарушением зрения с целью увеличения текста и подбора контрастных схем изображения;

Электронный ручной видеоувеличитель Bigger D2.5-43 TV - предназначено для обучающихся с нарушением зрения для увеличения и чтения плоскочечатного текста;

Радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-PCM» РМ-6-1 (заушный индиктор) - портативная звуковая FM-система для обучающихся с нарушением слуха, улучшающая восприятие голосовой информации.

7. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

В ходе реализации учебного процесса по дисциплине проводятся учебные занятия и выполняется самостоятельная работа. По вопросам, возникающим в процессе выполнения самостоятельной работы, проводятся консультации.

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии:

Информирование: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=204>

Консультирование: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=204>

Контроль: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=204>

Размещение учебных материалов: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=204>

Учебно-методическое обеспечение:

Пухакайнен Ю.А. Реклама и мерчендайзинг: электронный учебно-методический комплекс / Ю.А. Пухакайнен, Д.С. Грицаненко; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, 2021. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=204>. — Режим доступа: для авторизованных пользователей.

Методические указания по формам работы

Консультации в период теоретического обучения

Консультации в период теоретического обучения предназначены для разъяснения порядка выполнения самостоятельной работы и ответа на сложные вопросы в изучении дисциплины. В рамках консультаций проводится контроль выполнения обучающимся самостоятельной работы. Контроль осуществляется в следующей форме:

Задач и заданий репродуктивного уровня

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой средство, позволяющее оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: комплект задач и заданий

Задач и заданий реконструктивного уровня

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой средство, позволяющее оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: комплект задач и заданий

Лекции

Лекции предназначены для сообщения обучающимся необходимого для изучения дисциплины объема теоретического материала. В рамках лекций преподавателем могут реализовываться следующие интерактивные образовательные технологии: дискуссия, лекция с ошибками, видеоконференция, вебинар.

Практические занятия

Практические занятия предусматривают применение преподавателем различных интерактивных образовательных технологий и активных форм обучения: дискуссия, деловая игра, круглый стол, мини-конференция. Текущий контроль знаний осуществляется на практических занятиях и проводится в форме:

Протокол практического занятия

Краткая характеристика оценочного средства: средство, позволяющее оценить способность обучающегося самостоятельно выполнять учебные задачи и задания с использованием специализированного оборудования и (или) программного обеспечения, обеспеченную совокупностью теоретических знаний.

Представление оценочного средства в фонде: требования к структуре и содержанию протокола.

Тест

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой систему стандартизированных заданий, позволяющую автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: спецификация банка тестовых заданий

Доклада, сообщения

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: темы докладов, сообщений.