


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ИЭиБ
от «23» июня 2022 г., протокол № 09 / 252
Председатель _____ Е.М.Белый
«23» июня 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Моделирование рекламных воздействий
Факультет	Экономики
Кафедра	Цифровой экономики (ЦЭ)
Курс	3

Направление (специальность) 38.03.01 Экономика
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) «Финансы и кредит»
полное наименование

Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «01» сентября 2022г.



Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 20.06. 20 23 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 07.06. 20 24 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 1 от 30.08. 20 24 г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Лутошкин Игорь Викторович	ЦЭ	к.ф.-м.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой цифровой экономики	Заведующий выпускающей кафедрой «Финансы и кредит»
 / Лутошкин И.В. / «23» июня 2022 г.	 Ширяева Н.В./ «23» июня 2022 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- получение студентами знаний о методах математического моделирования рекламных воздействий;
- подготовка студентов к научной и практической деятельности в области маркетинговых исследований;
- формирование навыков анализа и выбора нужной стратегии рекламной деятельности.

Предметом изучения дисциплины являются математические модели рекламных воздействий, методы анализа моделей рекламных стратегий.

Задачи дисциплины:

- изучение постановки проблем, возникающих при анализе рекламных вложений;
- освоение основных методов качественного и численного анализа математических моделей рекламных воздействий;
- обучение использованию современных программных продуктов для анализа и построения решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП


Дисциплина «Моделирование рекламных воздействий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) ОПОП ВО.

Освоение части компетенций обучающимися проходит одновременно при изучении дисциплин: Экономико-математические модели / Моделирование рыночного равновесия,

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Моделирование рекламных воздействий» необходимы для изучения дисциплин Корпоративные информационные системы, Финансовый менеджмент, Моделирование бизнес-процессов, Инвестиции/Инвестиционный анализ, а также при прохождении преддипломной практики, при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-7 Способен проводить оценку эффективности вариантов бизнес-решений и осуществлять выбор оптимального решения	Знать: - математические постановки задач рекламных воздействий Уметь: - определять тип задач рекламных воздействий; - анализировать задачи рекламных воздействий; - модифицировать базовые модели под потребности прикладной проблемы Владеть: - методами решения задач ОУ; - методами регрессионного анализа; - навыками аналитического и численного решения

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

	динамических задач рекламных воздействий; - навыками создания динамической модели для анализа рекламных воздействий
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объём дисциплины в зачетных единицах (всего): 3 зачетных единицы.


4.2 Объём дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		№ семестра 5	№ семестра 6
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем	48*		48*
Аудиторные занятия:	48*		48*
Лекции	16*		16*
лабораторные работы (лабораторный практикум)	32*		32*
Самостоятельная работа	60		60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	опрос, лабораторные работы		опрос, лабораторные работы
Виды промежуточной аттестации	зачет		зачет
Всего часов по дисциплине	108		108

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, указанные часы работы ППС с обучающимися проводятся в дистанционном формате с применением электронного обучения

4.3 Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Вводная часть: понятие рекламы, её классификация, виды	10	2				6	опрос
Раздел 1. Вводная часть: экономическая сущность рекламы	16	2				6	опрос
Раздел 2. Эконометрический подход: проблемы эконометрического подхода	56	2		14	14	15	опрос
Раздел 2. Эконометрический подход: влияние совокупной рекламы	25	2		8	8	7	опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Раздел 2. Эконометрический подход: частота рекламных воздействий	20	2	4	4	7	опрос, лабораторная работа
Раздел 2. Эконометрический подход: связь объема продаж и рекламы	21	2	6	6	7	опрос, лабораторная работа
Раздел 3. Динамические модели: оптимизационные динамические модели	16	2			6	опрос, лабораторная работа
Раздел 3. Динамические модели: модель Видала-Вульфа	16	2			6	опрос, лабораторная работа
ИТОГО:	108	16	32	32	60	-

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА


№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Понятие рекламы, её классификация, виды	Даются основные определения рекламы, выделяются её базовые характеристики, отделяющие её от других аналогичных видов воздействий. Методы определения рекламного бюджета.
2	Экономическая сущность рекламы	Рассматривается реклама с точки зрения экономической теории, как количественная характеристика, определяющая и позволяющая максимизировать прибыль.
3	Проблемы эконометрического подхода	Обсуждаются проблемы измерения рекламных сообщений; эффекта одновременности и спецификации (объем продаж – реклама); причинности между рекламой и продажами; получения спецификации моделей рыночной доли; подхода, основанного на моделях распределенных лагов; агрегирования во времени.
4	Влияние совокупной рекламы	Влияние совокупной рекламы. Рассматриваются подходы к определению влияния совокупной рекламы на совокупное потребление.
5	Частота рекламных воздействий	Определение частоты воздействий, функции отдачи от частоты рекламных воздействий.
6	Связь объема продаж и рекламы	Рассматривается связь объема продаж и рекламы при наличии и отсутствии конкурентов на рынке: подход Нерлова-Вога, Палды.
7	Оптимизационные динамические модели	Рассматривается общий подход к обобщению дискретных временных моделей рекламных воздействий на случай непрерывного времени.
8	Модель Видала-Вульфа	Анализируется модель максимизации прибыли при различных видах ограничений на рекламный бюджет. Исследования проводятся на основе принципа максимума Понтрягина.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Учебным планом не предусмотрены практические и семинарские занятия

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

№	Тема лабораторной работы	Цель	Инструментарий
1	Анализ ценовой и количественной эндогенности в модели «продажи — реклама» на примере торговли апельсинами	помочь получить практический опыт борьбы со смещенностью оценок параметров, обусловленной потенциальным наличием в модели нескольких одновременных уравнений	Excel, Maple

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		


2	Оценка 90%-го интервала продолжительности эффекта рекламы с использованием помесечных и годовых данных компании «Lydia E. Pinkham Medicine Company»	исследование кумулятивного воздействия рекламы путем измерения 90%-го интервала продолжительности ее действия	Excel, Maple
3	Выбор между моделями «текущего» и «растянутого во времени» эффектов действия рекламы	научиться пользоваться эконометрическими процедурами анализа альтернативных измерителей влияния текущей рекламы на будущие продажи	Excel, Maple
4	Применение метода Грэнжера для выявления причинных связей между агрегированными расходами на рекламу и агрегированными продажами	приобрести опыт в выявлении и анализе смещений, возникающих при оценивании одновременных уравнений, описывающих модели типа «продажи—реклама»	Excel, Maple

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Учебным планом не предусмотрены курсовые работы, контрольные работы, рефераты.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ


1. Реклама, её классификация.
2. Методы определения рекламного бюджета.
3. Экономическая сущность рекламы: модель монополии.
4. Экономическая сущность рекламы: модель олигополии.
5. Проблема измерения рекламных воздействий.
6. Одновременность, идентификация и спецификационный тест Хаусмана.
7. Причинность по Грэнжеру.
8. Распределенные лаги, модель Койка.
9. Измерение кумулятивного эффекта рекламы.
10. Временное агрегирование и смещение, обусловленное временным шагом данных.
11. Влияние совокупной рекламы на совокупное потребление.
12. Связь объема продаж и рекламы: подход Нерлова-Вога.
13. Связь объема продаж и рекламы: подход Палды.
14. Модели отдачи от частоты рекламных воздействий.
15. Параметрические функции частоты рекламных воздействий.
16. Модель Видала-Вульфа.
17. Анализ решения в модели Видала-Вульфа при постоянном ограничении на рекламный бюджет.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Формы контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Понятие рекламы, её классификация, виды	Проработка учебного материала	6	опрос
Экономическая сущность рекламы	Проработка учебного материала	6	опрос
Проблемы эконометрического подхода	Проработка учебного материала, подготовка лабораторных работ	15	опрос, лабораторные работы
Влияние совокупной рекламы	Проработка учебного материала, подготовка лабораторных работ	7	опрос, лабораторные работы
Частота рекламных воздействий	Проработка учебного материала	7	опрос, лабораторные работы
Связь объема продаж и рекламы	Проработка учебного материала, подготовка лабораторных работ	7	опрос, лабораторные работы
Оптимизационные динамические модели	Проработка учебного материала	6	опрос
Модель Видала-Вульфа	Проработка учебного материала	6	опрос
Итого		60	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

11 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Лутошкин И. В. Математические модели рекламных расходов : учеб. пособие / И. В. Лутошкин; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2016. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 605 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/423>

2. Карпова Светлана Васильевна. Рекламное дело : Учебник и практикум Для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова ; Карпова С. В. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 431 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

дополнительная:

1. Лутошкин Игорь Викторович. Оптимальное управление в экономике : учеб. пособие / Лутошкин Игорь Викторович; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2007. - 94 с.

2. Коротков Анатолий Владимирович. Маркетинговые исследования : Учебник для бакалавров / А.В. Коротков ; Коротков А. В. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 595 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/425254>

учебно-методическая:


1. Лутошкин И. В. Методические рекомендации для семинарских (практических) занятий, лабораторного практикума и самостоятельной работы по дисциплине "Математические модели рекламных воздействий" для студентов направления 38.03.05 "Бизнес-информатика" / И. В. Лутошкин ; УлГУ, ИЭиБ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 959 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - URL: https://lib.ulsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=36778&idb=0.

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 03.06.2022
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

б) Программное обеспечение

1. Windows 10
2. СПС Консультант Плюс.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2022]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2022]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2022]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. - Москва, [2022]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2022]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.


СОГЛАСОВАНО:

зам. нач. УИТиГ
Должность сотрудника УИТиГ

Ключков В.В.
ФИО

[Подпись]
подпись

03.06.2022
дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий для выполнения лабораторных работ и практикумов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации представляют собой учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.


В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик






И.В. Лутошкин

07.06.2022г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Лутошкин И.В.		20.06.2023
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Лутошкин И.В.		20.06.2023

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

11 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Лутошкин И. В. Математические модели рекламных расходов : учеб. пособие / И. В. Лутошкин; УлГУ, ИЭИБ. - Ульяновск : УлГУ, 2016. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 605 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/423>
2. Карпова Светлана Васильевна. Рекламное дело : Учебник и практикум Для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова ; Карпова С. В. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 431 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

дополнительная:


1. Лутошкин Игорь Викторович. Оптимальное управление в экономике : учеб. пособие / Лутошкин Игорь Викторович; УлГУ, ИЭИБ. - Ульяновск : УлГУ, 2007. - 94 с.
2. Коротков Анатолий Владимирович. Маркетинговые исследования : Учебник для бакалавров / А.В. Коротков ; Коротков А. В. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 595 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/425254>

учебно-методическая:

1. Лутошкин И. В. Методические рекомендации для семинарских (практических) занятий, лабораторного практикума и самостоятельной работы по дисциплине "Математические модели рекламных воздействий" для студентов направления 38.03.05 "Бизнес-информатика" / И. В. Лутошкин ; УлГУ, ИЭИБ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 959 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - URL: https://lib.ulsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=36778&idb=0.

Согласовано:

_____ / _____ /  / _____ / 10.06.2023
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

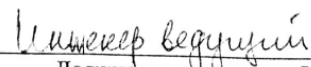
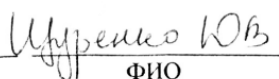
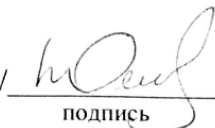
3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.


4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.



6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.


СОГЛАСОВАНО:




01.06.2023
 Должность сотрудника УИТиТ ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Лутошкин И.В.		07.06.2024
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Лутошкин И.В.		07.06.2024

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

11 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Лутошкин И. В. Математические модели рекламных расходов : учеб. пособие / И. В. Лутошкин; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2016. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 605 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/423>

2. Карпова Светлана Васильевна. Рекламное дело : Учебник и практикум Для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова ; Карпова С. В. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 431 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

дополнительная:

1. Лутошкин Игорь Викторович. Оптимальное управление в экономике : учеб. пособие / Лутошкин Игорь Викторович; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2007. - 94 с.


2. Коротков Анатолий Владимирович. Маркетинговые исследования : Учебник для бакалавров / А.В. Коротков ; Коротков А. В. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 595 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/425254>

учебно-методическая:

1. Лутошкин И. В. Методические рекомендации для семинарских (практических) занятий, лабораторного практикума и самостоятельной работы по дисциплине «Моделирование рекламных воздействий» для студентов направления 38.03.01 «Экономика» / И. В. Лутошкин ; Ульян. гос. ун-т, Ин-т экономики и бизнеса. - 2024. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/16002>.

Согласовано:

Ведущий специалист / Голосова М.Н. /  / 06.06.2024
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


6. **Электронная библиотечная система УлГУ** : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий





Щуренко Ю.В.

03.06.2024

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п. 2 «Место дисциплины в структуре ОПОП» с оформлением приложения 1	Лутошкин И.В.		30.08.2024

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Моделирование рекламных воздействий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) ОПОП ВО.

Освоение части компетенций обучающимися проходит одновременно при изучении дисциплин: Экономико-математические модели / Моделирование рыночного равновесия,

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Моделирование рекламных воздействий» необходимы для изучения дисциплин Корпоративные информационные системы, Финансовый менеджмент, Моделирование бизнес-процессов, Инвестиции/Инвестиционный анализ, а также при прохождении преддипломной практики, при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.