

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:05:45
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы профессионального развития

| | |
|---|--|
| Уровень образования | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | Очная |

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы профессионального развития» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Старший преподаватель И.М.Завельская

Заведующий кафедрой: Е.В.Мореева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Основы профессионального развития» изучается в первом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- История рекламы и связей с общественностью
- Имиджеология, теория и технология образа
- Деловое общение в коммерческой сфере

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Технология презентации
- Основы рекламной деятельности и PR
- Интегрированные коммуникации и рекламе и PR
- Теория и практика массовой информации
- Основы маркетинга

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения дисциплины «Основы профессионального развития» являются:

– первоначальных представлений о PR- деятельности и рекламе как объектах изучения и начальная подготовка обучающихся к практической деятельности в профессиональной сфере;

– формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--------------------------------|--|---|
|--------------------------------|--|---|

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|--|--|
| <p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <p>ИД-УК-6.1 Использование инструментов и методов управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> | <p>Управляет своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Оценивает требования рынка труда и предложений для выстраивания собственного профессионального роста. Определяет, ставит задачи профессионального роста, распределяет их на долгосрочные и краткосрочные, определяя необходимые ресурсы для выполнения.</p> |
| | <p>ИД-УК-6.2 Оценка требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> | |
| | <p>ИД-УК-6.3 Определение задач саморазвития и профессионального роста, распределение их на долго-, средне- и краткосрочные с определением необходимых ресурсов для их выполнения</p> | |
| | <p>ИД-УК-6.4 Использование основных возможностей и инструментов образования и самообразования для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> | |
| <p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> | <p>ИД-ОПК-7.1 Применение принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности</p> | <p>Применяет принципы социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности. Отбирает информацию, профессиональные средства и приемы рекламы, связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами.</p> |
| | <p>ИД-ОПК-7.2 Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и (или) связей с общественностью в соответствии с принципами социальной</p> | |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--------------------------------|---|---|
| | ответственности и этическими нормами | |
| | ИД-ОПК-7.3 Выявление роли и возможностей социальных сетей для создания и развития профессиональной карьеры | |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|---------------------------|---|------|-----|------|
| по очной форме обучения – | 4 | з.е. | 128 | час. |
|---------------------------|---|------|-----|------|

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|--|--|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| | | | лекции, час | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 1 семестр | экзамен | 128 | 16 | 34 | | | | 46 | 32 |
| Всего: | | 128 | 16 | 34 | | | | 46 | 32 |

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час | | |
| Первый семестр | | | | | | | |
| УК-6 | Раздел I. Реклама как профессия | 8 | 18 | | | 24 | Формы текущего контроля по разделу I: Ситуационные задания Доклады Собеседование |
| ИД-УК-6.1 | Тема 1.1 | 2 | | | | | |
| ИД-УК-6.2 | Основы деятельности специалиста по связям с общественностью | | | | | | |
| ИД-УК-6.3 | Тема 1.2 | 2 | | | | | |
| ИД-УК-6.4 | Реклама как маркетинговая коммуникация | | | | | | |
| | Тема 1.3 | 2 | | | | | |
| | Коммуникационные практики и каналы коммуникации | | | | | | |
| | Тема 1.4 | 2 | | | | | |
| | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций | | | | | | |
| | Практическое занятие № 1.1 | | 4 | | | 10 | |
| | Основы деятельности специалиста по связям с общественностью | | | | | | |
| | Практическое занятие № 1.2 | | 4 | | | 6 | |
| | Реклама как маркетинговая коммуникация | | | | | | |
| | Практическое занятие № 1.3 | | 4 | | | 4 | |
| | Коммуникационные практики и каналы коммуникации | | | | | | |
| | Практическое занятие № 1.4 | | 6 | | | 4 | |
| | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций | | | | | | |
| ОПК-7 | Раздел II. Образ рекламиста в общественном сознании | 8 | 16 | | | 22 | Формы текущего контроля по разделу II: Рефераты Тестирование письменное |
| ИД-ОПК-7.1 | Тема 2.1 | 2 | | | | | |
| ИД-ОПК-7.2 | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок | | | | | | |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|--|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/ индивидуальные задания, час | Практическая подготовка, час | | |
| ИД-ОПК-7.3 | Тема 2.2 Основные этапы генезиса рекламы | 2 | | | | | |
| | Тема 2.3 Генезис связей с общественностью | 2 | | | | | |
| | Тема 2.4 Коммуникативные тенденции новейшего времени | 2 | | | | | |
| | Практическое занятие № 2.1 Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок | | 4 | | | 6 | |
| | Практическое занятие № 2.2 Основные этапы генезиса рекламы | | 3 | | | 6 | |
| | Практическое занятие № 2.3 Генезис связей с общественностью | | 4 | | | 4 | |
| | Практическое занятие № 2.4 Коммуникативные тенденции новейшего времени | | 4 | | | 6 | |
| экзамен | | | | | | | |
| | ИТОГО за первый семестр | 16 | 34 | | | 46 | |
| | ИТОГО за весь период | 16 | 34 | | | 46 | |

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп | Наименование раздела и темы дисциплины | Содержание раздела (темы) |
|-----------------|---|---|
| Раздел I | Раздел I. Реклама как профессия | |
| Тема 1.1 | Основы деятельности специалиста по связям с общественностью | Матрица коммуникационных практик. Манипулятивность и взаимодействие. Доверие как основа отношений. Создание доверия. Цели, задачи, общественные функции PR. PR как управленческая функция в организации. Схема PR-проекта. Ключевые тенденции в современных коммуникациях. Профессиональный стандарт бакалавра по связям с общественностью. Основные компетенции специалиста по связям с общественностью. Soft и hard skills для PR: их соотношение, перечень. Основные схемы коммуникации. Ключевые фигуры в теории и практике коммуникации. «Каналы» коммуникации. Традиционные и новые каналы коммуникации. Современная динамика использования разных каналов коммуникации. Временной ресурс коммуникации. Интернет. Социальные сети. Составляющие успешной презентации на примере презентации проекта. Определение целей презентации. Ключевые тезисы. Сопоставление описания целей и результатов. Аналитическое обеспечение презентации. Поиск убедительных цифр. Подбор иллюстративного материала. Сторителлинг в презентации. Эстетика презентации |
| Тема 1.2 | Реклама как маркетинговая коммуникация | Регулярные задачи аналитики. Типы вопросов. Открытые источники и как ими пользоваться. Аналитика по открытым источникам: информация о компании, ценности компании, структура рынка и основные игроки, стейкхолдеры и эксперты, представленность компании в медиа. Открытые инструменты аналитики. Стратегия и тактика. Их соотношение. Методология создания коммуникационной стратегии. |
| Тема 1.3 | Коммуникационные практики и каналы коммуникации | Примеры создания коммуникационных стратегий и выбора тактических инструментов. Повестка. Типы повесток. Определение, анализ повестки. Вписывание в повестку. Создание повестки Социальное управление. Управление как властное воздействие и как влияние. Понятие «мягкая сила». Реклама как вариант «мягкого» социального управления. |
| Тема 1.4 | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций | Реклама как информация. Рекламное сообщение. Принципы создания и формы рекламной продукции. Формула AIDA. Два дискурса рекламного сообщения (социокультурный и товарный). Рекламная деятельность. Сущность и формы. Профессии в рекламе. Организационная структура рекламной деятельности. Деятельность в области рекламных коммуникаций в современном мире: объём, принципы, тенденции, кейсы. Принципы профессиональной рекламной деятельности. Этические и правовые требования. Понятие рекламного рынка. Актеры |

| | | |
|------------------|--|--|
| | | рекламного рынка, схемы их взаимодействия. |
| Раздел II | Раздел II. Образ рекламиста в общественном сознании | |
| Тема 2.1 | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок | Принципы профессиональной рекламной деятельности. Этические и правовые требования. Понятие рекламного рынка. Акторы рекламного рынка, схемы их взаимодействия. Объем и тенденции современного рекламного рынка. Реклама как социокультурная технология. Основные социальнотехнологические модули рекламы: сегментирование, позиционирование, имиджирование, продакшн, размещение. Брендинг. Сегментирование: виды, принципы. Роль социологических и прочих исследований рекламных аудиторий. Позиционирование. Потребительский инсайт. Центровое и дифференцированное позиционирование. Имиджирование. Стереотип. Имидж. Продакшн. Инфраструктура рекламной отрасли. Размещение рекламных материалов. Медиапланирование. Брендинг. Бренд и торговая марка. Стоимость бренда. |
| Тема 2.2 | Основные этапы генезиса рекламы | История рекламы как история одного из видов социальной коммуникации. Мир древнего человека. Начало знако-символической деятельности. Расширение коммуникаций. Использование знаков и символов для социальной коммуникации. |
| Тема 2.3 | Генезис связей с общественностью | Вклад в общественные коммуникации и формирование современной концепции PR просветителей XVII- XVIII века. Формирование нового коммуникационного пространства в Западной Европе. Развитие средств письменной коммуникации. Использование периодических и внутрикорпоративных изданий для формирования общественного мнения. Особенности политической коммуникации Франции времен Великой французской революции. Основное содержание периодов и моделей PR - деятельности. Влияние политических событий американской борьбы за независимость на формирование приемов и методов связей с общественностью. Политические и социальные коммуникации в период «войн и революций». Появление пресс-агентств и «этап публицити». Роль связей с общественностью в бизнесе и политике. Пресс-секретарь А. Кэнделл - пионер PR. «Битва титанов»: Томас А. Эдисон против Дж. Вестингауза. |
| Тема 2.4 | Коммуникативные тенденции новейшего времени | Этап подготовки почвы 1900-1920гг. Эпоха «разгребателей грязи». Первые публицити-бюро. Великие первопроходцы: Э. Бернейз, А. Ледбеттер Ли, А. Пейдж и их вклад в теорию и практику PR. Первая и вторая мировая война, и развитие PR-технологий. 50-е годы - расцвет PR в США. 70-е годы - дискуссия между PR-ми и маркетологами. 90-е годы: размышления Эла и Лоры Райс. Основные этапы в развития PR в Европе. История становления PR в Англии. Институализация PR в Англии. Выдающиеся PR-специалисты Англии. Создание европейской модели PR Л. Матра. Отличие европейской теории PR от американской. Французский "стеклянный дом" и эволюция французских концепций связей с общественностью. Стратегия доверия Ф. А. Буари. Ведущая европейская школа PR в Германии. Особенности PR в Германии. |

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- проведение исследовательских работ;
- написание эссе;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение консультаций перед зачетом;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем, час | включение в учебный процесс |
|------------------------|------------------------|------------|-----------------------------|
|------------------------|------------------------|------------|-----------------------------|

| | | | |
|-----------------------|----------------------|--|--|
| смешанное обучение | лекции | | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| | практические занятия | | |

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

| Уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | УК-6; ИД-УК-6.1 ИД-УК-6.2 ИД-УК-6.3 ИД-УК-6.4 | ОПК-7; ИД-ОПК-7.1 ИД-ОПК-7.2 ИД-ОПК-7.3 |
|---|---|---|---|--|
| высокий | | отлично | <p>Обучающийся:</p> <p>Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты, разрабатывает практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализует типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта</p> <p>Организует и проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Применяет современные информационно-коммуникационных технологии, в том числе интернет-технологии для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований</p> | <p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p> <p>Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию</p> |
| повышенный | | хорошо | <p>Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты, но не может разработать практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для</p> | <p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p> |

| | | | | |
|---------|--|---------------------|--|---|
| | | | <p>планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта</p> <p>Организует и проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Применяет современные информационно-коммуникационных технологии, в том числе интернет-технологии для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований, но не в полном объеме</p> | <p>Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию</p> |
| базовый | | удовлетворительно | <p>Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты, но не может разработать практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта</p> <p>Организует и некачественно проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Не применяет современные информационно-коммуникационных технологии, в том числе интернет-технологии для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований</p> | <p>Разрабатывает индивидуальные, но не коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p> <p>Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию</p> |
| низкий | | неудовлетворительно | <p>Обучающийся:</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации</p> <p>Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет</p> | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | необходимыми для этого навыками и приёмами Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя Не способен проанализировать и проинтерпретировать социальные процессы Не владеет принципами планирования и организации социологического исследования Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы |
|--|--|--|--|

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Основы профессионального развития» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|--|--|
| 1 | Доклады по разделу/теме «Реклама как профессия» | Темы докладов 1. Уильям Бернбах – легенда рекламного бизнеса 2. Лео Бернетт и его концепция неотъемлемой эффективности. 3. Знаменитые рекламные кампании Лео Бернетта и их характеристика. 4. «Чикагский стиль» рекламирования: сущность и содержание. 5. Раймонд Рубикам: принципы работы и известные рекламные кампании 6. Профессиональная карьера Дэвида Огилви. |
| 2 | Собеседование по разделу/теме «Реклама как профессия» | 1. Разработать брифы на разработку рекламной/пиар кампании какого-либо товара заданной товарной категории. 2. Написать должностные инструкции специалиста по рекламе 3. Проанализировать представленные рекламные ролики (Какое впечатление произвела реклама? Есть ли что-то общее у всех роликов? Какой, на ваш взгляд, является наиболее эффективным? Что и почему привлекло вас?) 4. Студентам представляются несколько журнальных иллюстраций. Им необходимо определить: |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|---|---|
| | | <p>Какая из них взята из рекламы? Обоснуйте ваш ответ (используйте свое знание признаков рекламы)</p> <p>Могут ли быть использованы в рекламах другие иллюстрации? В рекламе каких товаров, услуг, социально полезных действий может быть использована каждая иллюстрация (предложите по пять вариантов на каждую иллюстрацию)?</p> |
| 3 | Тестирование письменное по разделу/теме | <p>1. Информационная функция рекламы:</p> <p>а) распространение в массовом масштабе информации о товаре или услуге, их характере, месте продажи и т.п.;</p> <p>б) стимулирование сбыта товаров и услуг, а также вложения инвестиций;</p> <p>в) формирование общественного сознания, усиление коммуникативных связей в обществе и улучшение условий жизни.</p> <p>2. Протореклама — это:</p> <p>а) устная информация, содержащая элементы стимулирования, убеждения людей в целесообразности определенных действий;</p> <p>б) транспарант или планшет треугольной либо прямоугольной формы, который вывешивали в местах продажи;</p> <p>в) широко используемая в рекламе художественная практика, применяющая линию и штрих, а также пятно, светотень, белый или черный фон листа.</p> <p>3. Кто является инициатором рекламного процесса?</p> <p>а) рекламодатель;</p> <p>б) рекламопроизводитель;</p> <p>в) потребитель;</p> <p>г) рекламодатель.</p> <p>4. Кто является адресатом рекламного воздействия?</p> <p>а) рекламопроизводитель;</p> <p>б) рекламодатель;</p> <p>в) потребитель.</p> |

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Собеседование | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает | | 5 |
| | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. | | 4 |
| | Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. | | 3 |
| | Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала. | | 3 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|--|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. | | 2 |
| | Не получены ответы по базовым вопросам. | | 2 |
| | Не принимал участия в собеседовании. | | 2 |
| | | | 2 |
| Доклад | Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. | | 5 |
| | Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. | | 4 |
| | Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. | | 3 |
| | Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. | | 2 |
| | Доклад не подготовлен. | | |
| | Обучающийся слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». | | 3 |
| | Обучающийся не выполнил задание | | 2 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
|--|--|----------------------|----------------------|------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система | |
| Тестирование письменное | <p>За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.</p> <p>В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.</p> <p>Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.</p> <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.</p> <p>«2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%</p> | | 5 | 85% - 100% |
| | | | 4 | 65% - 84% |
| | | | 3 | 41% - |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
|--|---------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система | |
| | | | | 64% |
| | | | 2 | 40% и менее 40% |

5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации: |
|--------------------------------|--|
| Экзамен | <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные характеристики рекламы 2. Признаки рекламы. 3. Цели рекламы. 4. Функции рекламы 5. Коммуникативные цели рекламы 6. Экономические цели рекламы 7. Функции рекламы 8. На какие сферы жизни общества и как влияет реклама? 9. Виды мотивов в рекламе 10. Приведите группы каналов распространения рекламы, предлагаемые отечественными специалистами. 11. Как можно классифицировать категории изданий? 12. В чем заключаются преимущества и недостатки рекламы в СМИ? |

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|---|----------------------|-----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Экзамен: В устной форме | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> | | Отлично |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p> | | Хорошо |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; | | Удовлетворительн о |

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> | | |
| | <p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p> | | Не удовлетворительно |

5.5. Примерные темы курсовой работы:

Не предусмотрена

5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

5.7. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

| Форма контроля | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|---------------------------------|----------------------|---|
| Текущий контроль: | | |
| - собеседование | | 2 – 5 |
| - доклад | | 2 – 5 |
| - тестирование письменное | | 2 – 5 |
| Итого за семестр экзамен | | Отлично Хорошо Удовлетворительно Неудовлетворительно |

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

| 100-балльная система | пятибалльная система | |
|----------------------|--|------------|
| | зачет с оценкой/экзамен | зачет |
| 85 – 100 баллов | отлично зачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошо зачтено (хорошо) | |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительно зачтено (удовлетворительно) | |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение *дисциплины* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. |
|--|--|
| 115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпусб | |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран |
| аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран |
| Помещения для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся |
| читальный зал библиотеки: | – компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» |

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование | Параметры | Технические требования |
|--|---------------------------------|--|
| Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| | Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| | Веб-камера | 640x480, 15 кадров/с |
| | Микрофон | любой |
| | Динамики (колонки или наушники) | любые |
| | Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/ п | Автор(ы) | Наименование издания | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство | Год изда ния | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде) | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|--|-----------------|---|--|-------------------------|--------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Шарков Ф.И. | Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование | Учебник | М. : Дашков и К | 2017 | http://znanium.com/catalog/product/329134 | |
| 2 | Бузина Т.С. | Медиапланирование. Теория и практика | Учебное пособие | М. : ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | http://znanium.com/catalog/product/872862 | |
| 3 | Поляков В.А. | Медиапланирование | Учебное пособие | М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М | 2018 | http://znanium.com/catalog/product/961748 | |
| 4 | Куличкина Г. В | Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа | Учебное пособие | М. : Издательство Юрайт | 2018 | https://www.biblio-online.ru/bcode/424020 | |
| 9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Руденко А.М. | Психология массовых коммуникаций | Учебник | М. : РИОР : ИНФРА-М | 2017 | http://znanium.com/bookread2.php?book=792707 | |
| 2 | Ромат Е. В. | Реклама | Учебник | С-Пб.: Питер | 2003 | | 1 |
| 3 | Сергеев А. А. | Бизнес-планирование | Учебник и практикум | М. : Издательство Юрайт | 2018 | https://www.biblio-online.ru/bcode/429693 | |
| 4 | Литвина Т. В. | Дизайн новых медиа | Учебник | М. : Издательство Юрайт | 2018 | https://www.biblio-online.ru/bcode/423119 | |
| 5 | Мясникова М. А. | Практика профессионального медиаобразования | Учебное пособие | М. : Издательство Юрайт | 2018 | https://www.biblio-online.ru/bcode/415337 | |
| 9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|--|---|------------------------------------|-----------------|------|-----|----|
| 1 | Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П. | Реклама и связи с общественностью. Учебно- методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ | Учебно- методическое пособие | М.: МГУДТ, 2022 | 2022 | ИСИ | 10 |
|---|--|---|------------------------------------|-----------------|------|-----|----|

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Ресурсы электронной библиотеки

- **ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»** <http://znanium.com/> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> (электронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);
- **ООО «ИВИС»** <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- **Web of Science** <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
- **Scopus** <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
- **«SpringerNature»** <http://www.springernature.com/gp/librarians> (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информгентств и деловой прессы за 15 лет).

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/;
- <http://www.scopus.com/>;
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- <http://www.garant.ru/>;
- <http://www.onestopenglish.com>
- <http://lessons.study.ru>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.idoceanline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

| № пп | Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы |
|------|---|
| 1. | ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/ |
| 2. | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/ |
| 3. | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/ |
| 4. | |

| Профессиональные базы данных, информационные справочные системы | |
|---|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |

11.2. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79P-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;
5. 1С: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.
6. Операционная система Linux. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linux).
7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12.2017;
10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330-1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, (копия лицензии).
11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034-0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);
12. Adobe Reader (свободно распространяемое).
13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);
14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);
16. Google Chrome (свободно распространяемое).

| №п/п | Программное обеспечение | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|---|--|
| 1. | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 2. | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 3. | V-Ray для 3Ds Max | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 4. | | |
| 5. | | ... |

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| № пп | год обновления РПД | характер изменений/обновлений с указанием раздела | номер протокола и дата заседания кафедры |
|-------------|---------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |