

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.09.2023 10:15:46
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

Социологический практикум по связям с общественностью

| | |
|---|-------------------------------|
| Уровень образования | бакалавриат |
| Направление подготовки | 39.03.01 Социология |
| Направленность (профиль) | Социология моды и искусства 0 |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 11 мес |
| Форма(-ы) обучения | заочная |

Рабочая программа учебной дисциплины «Социологический практикум по связям с общественностью» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Старший преподаватель О.Ю. Мишина

Заведующий кафедрой: Е.Г. Карпова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Социологический практикум по связям с общественностью» изучается на четвертом курсе.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Зачет

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:

- Социология современной рекламы и PR
- Основы профессионального развития
- Деловое общение
- Проектная работа
- Межкультурные коммуникации в сетевом пространстве

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

- Интегрированные коммуникации
- Социология маркетинга
- Организация PR акций и рекламных компаний
- Социология современных цифровых медиа
- Управление цифровыми проектами
- Производственная практика. Проектно-технологическая практика

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 «Социологический практикум по связям с общественностью» являются:

- получение обучающимися теоретических знаний о преобразовательной составляющей социологического знания с последующим применением их в профессиональной сфере и формирование практических навыков в применении методов диагностики состояния социальной реальности, прогнозирования её будущего состояния и методов модернизации, дающих научное обоснование построению социального проекта нового состояния социальной системы, правильного выбора социальных технологий для осуществления проекта;
- 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 |
|---|--|--|
| ПК-1. Способен организовать сбор данных фундаментальных и прикладных социологических исследований при опросе общественного мнения | ИД-ПК-1.1 Детализация технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии | Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности Определяет релевантные для решения поставленной задачи источники информации, включая национальные и международные базы данных, электронные библиотечные системы, специализированные пакеты прикладных программ; |
| | ИД-ПК-1.2 Разработка полного комплекта отчётных материалов по каждому этапу сбора информации и согласование организационных и методических вопросов с руководителем проекта | Создание и поддержание нормативно-методической и информационной базы исследований по заданной теме; Регламентирует процессы архивации и хранения социологических данных в соответствии с установленными правилами; |
| ПК-2.Способен разработать планирование и проектирование фундаментальных и прикладных социологических исследований | ИД-ПК-2.1 Описание проблемной ситуации и разработка программы для проведения фундаментального или прикладного социологического исследования в различных сферах общественной жизни; | Описывает проблемную ситуацию и подготавливает проектные предложения для проведения социологического исследования; |
| | ИД-ПК-2.2 Обоснование актуальности исследовательского проекта и разработка проектной документации для решения фундаментальной или прикладной проблемы; | Обосновывает актуальность проекта для решения поставленной проблемы; |
| | ИД-ПК-2.3 Согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя фундаментального или прикладного социологического исследования; | Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|---------------------------|---|------|-----|------|
| по очной форме обучения – | 3 | з.е. | 108 | 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 |
| Летняя сессия | зачет | 144 | 8 | 10 | | | | 117 | 9 |
| Всего: | | 144 | 8 | 10 | | | | 117 | 9 |

| 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 | | |
| | Практическое занятие № 1.6 Тенденции развития PR в современных условиях | | | | | | |
| ПК-1 ИД-ПК-1.1 | Раздел II. Организация PR акций и рекламной деятельности | 4 | 5 | | | | Формы текущего контроля по разделу II: Устный опрос Контрольная работа Творческий проект |
| ИД-ПК-1.2 | Тема 2.1 Рекламная деятельность: характеристики, участники, виды | | | | | | |
| ПК-2 | Тема 2.2 Рекламная кампания, планирование рекламной кампании | | | | | | |
| ИД-ПК-2.1 | Тема 2.3 Рекламные исследования | | | | | | |
| ИД-ПК-2.2 | Тема 2.4 Рекламные агентства: суть, виды, структура | | | | | | |
| ИД-ПК-2.3 | Практическое занятие № 2.1 Рекламная деятельность: характеристики, участники, виды | | | | | | |
| | Практическое занятие № 2.2 Рекламная кампания, планирование рекламной кампании | | | | | | |
| | Практическое занятие № 2.3 Рекламные исследования | | | | | | |
| | Практическое занятие № 2.4 Рекламные агентства: суть, виды, структура | | | | | | |
| | Зачет | | | | | | |
| | ИТОГО за третий семестр | 8 | 10 | | | 117 | |
| | ИТОГО за весь период | 8 | 10 | | | 117 | |

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп | Наименование раздела и темы дисциплины | Содержание раздела (темы) |
|--|---|---|
| Раздел I Паблик рилейшнз в системе коммуникаций | | |
| Тема 1.1 | Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшн | <p>Цели: установление, поддержание и развитие контактов организации с общественностью для выявления общих интересов, достижения взаимопонимания и взаимодействия. Связи с общественностью как институт согласования интересов, паритетного управления, солидарного разрешения конфликтов.</p> <p>Функции паблик рилейшнз: управленческая, коммуникативная, информационная, административно-производственная.</p> <p>Становление и развитие функциональной программы паблик рилейшнз в России 1990-х годов.</p> <p>Принцип консенсуса (гражданского согласия) как основополагающий принцип паблик рилейшнз. Демократические предпосылки связей с общественностью, опирающихся на экономическую, политическую, духовную свободу. Принцип альтернативизма (возможность выбора в условиях конкуренции, неисчерпаемость альтернатив в постановке целей, поиске партнеров по совместной деятельности, в применении различных средств достижения цели).</p> <p>Принцип технологичности (прагматика паблик рилейшнз: целостная совокупность приемов, методов, форм, процедур деятельности, обеспечивающих эффективность связей с общественностью).</p> |
| Тема 1.2 | Основные сферы PR-деятельности | <p>PR в сфере экономики. Модели взаимосвязи промышленно-финансовых структур с общественностью в различных экономических системах. Проблемы PR в современных экономических условиях: организационные, финансовые, управленческие. PR как средство формирования «репутационного капитала».</p> <p>PR-факторы в процессе принятия управленческих решений. Технологии принятия решений (сбор и анализ информации, формулировка гипотезы, ее проверка, реализация заданной программы, коррекция действий).</p> <p>Адекватная стратегия взаимодействия промышленно-финансовых структур с общественностью.</p> <p>PR в сфере политики. PR как процессуальная сторона политики. Политический маркетинг и его PR-компоненты. Институты и средства PR в политике. PR как политические технологии, как элемент демократической политической системы.</p> <p>Специфика PR-деятельности в партиях, ассоциациях, общественных движениях. Специфика, принципы организации и планирования.</p> <p>PR в органах государственной власти и управления. Службы PR федерального и регионального уровней, органов местного самоуправления; организационные модели, основные направления и формы деятельности. Координация с другими структурами органов власти.</p> |
| Тема 1.3 | Технологии паблик рилейшн | <p>PR в сфере экономики. Модели взаимосвязи промышленно-финансовых структур с общественностью в различных экономических системах. Проблемы PR в современных</p> |

| | | |
|----------|---|--|
| | | <p>экономических условиях: организационные, финансовые, управленческие. PR как средство формирования «репутационного капитала».</p> <p>PR-факторы в процессе принятия управленческих решений. Технологии принятия решений (сбор и анализ информации, формулировка гипотезы, ее проверка, реализация заданной программы, коррекция действий).</p> <p>Адекватная стратегия взаимодействия промышленно-финансовых структур с общественностью.</p> <p>PR в сфере политики. PR как процессуальная сторона политики. Политический маркетинг и его PR-компоненты. Институты и средства PR в политике. PR как политические технологии, как элемент демократической политической системы.</p> <p>Специфика PR-деятельности в партиях, ассоциациях, общественных движениях. Специфика, принципы организации и планирования.</p> <p>PR в органах государственной власти и управления. Службы PR федерального и регионального уровней, органов местного самоуправления; организационные модели, основные направления и формы деятельности. Координация с другими структурами органов власти.</p> |
| Тема 1.4 | Взаимодействие со средствами массовой информации (медиа-рилейшнз) | <p>Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия со средствами массовой информации.</p> <p>Институализация взаимодействия со СМИ (пресс-службы, пресс-центры, пресс-бюро, пресс-атташаты).</p> <p>Профессиональная специализация работников пресс-служб (модератор, аналитик-исследователь, литературный работник, обозреватель, составитель речей).</p> <p>Пресс-секретарь, профессиональные и этические критерии деятельности. Индивидуальный стиль и эффективность работы.</p> <p>Функции группы аккредитации, творческой и издательской групп, справочной службы, группы культурных программ.</p> <p>Методы и формы деятельности пресс-служб: организация и проведение пресс-конференций и брифингов, неформальных встреч с журналистами. Подготовка пресс-релизов, дайджестов, информационных бюллетеней и стендов, теле- и видеоматериалов.</p> <p>Координация пресс-службы с другими структурами публичных релейшнз как условие и предпосылка эффективного взаимодействия со средствами массовой информации.</p> |
| Тема 1.5 | Организация и проведение PR-кампаний | <p>PR-кампания как комплексное и многократное использование средств публичных релейшнз в рамках единой концепции и общего плана воздействия на целевую аудиторию. Главная цель – организация корпоративного (общественного) мнения и продвижение на рынок товаров, продуктов и услуг, создание благоприятного имиджа организации или лидера.</p> <p>Подготовка плана PR-кампании: анализ исходной ситуации, прогнозирование, изучение корпоративного (общественного) мнения, исследование СМИ и медиапланирование.</p> <p>Технологии PR-кампании: PR-обращение, специально организованные мероприятия, публикации и выступления в средствах массовой информации, «прямая» почта, методы корпоративных и межкорпоративных отношений, институциональные и неинституциональные акции.</p> <p>Виды планов подготовки и проведения PR-кампаний: стратегический, оперативный, ситуативный, план-график.</p> |

| | | |
|------------------|---|---|
| | | <p>Внутрифирменные подготовительные акции. Финансовые, технологические, временные, кадровые, организационные ресурсы PR-кампаний.</p> <p>Особенности PR-кампаний в области экономики, политики, культуры.</p> |
| Тема 1.6 | Тенденции развития PR в современных условиях | <p>Становление консенсусного гражданского общества как предпосылка развития служб PR. Расширение диапазона PR-услуг. Институализация PR в сфере экономики, политики, культуры. Формирование правовых и этических норм PR-деятельности.</p> <p>PR как средство гармонизации социально-экономических и политических отношений в условиях общественной модернизации России. Взаимодействие государственного регулирования и корпоративной саморегуляции в сфере связей с общественностью.</p> <p>Воспроизводство зарубежных моделей PR и становление российской модели, адекватной современным условиям реформирования общества и государства.</p> |
| Раздел II | Организация PR акций и рекламной деятельности | |
| Тема 2.1 | Рекламная деятельность: характеристики, участники, виды | <p>Основные этапы рекламной деятельности: исследование, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контроль за эффективностью рекламы.</p> <p>Маркетинговая концепция – исходная позиция рекламной деятельности.</p> <p>Задача исследования: изучение потребителей товара или услуги, анализ рынка, действий конкурентов, производителей, рекламодателей. Разработка стратегии маркетинга и бюджета, создание версии названия товара и его упаковки, разработка творческого замысла и его предварительная экспертиза, определение средств рекламы, обеспечивающих эффективное воздействие на целевую аудиторию и охват целевых рынков.</p> <p>Типы рынков: потребительский, рынок перепродаж, промышленный.</p> <p>Выбор рыночного сектора, определение целевого рынка, его сегментирование – важнейшие предпосылки успешной рекламной деятельности.</p> <p>Функции рекламы в позиционировании продукта или услуги на рынке (завоевание позиций в сознании потребителя).</p> <p>Мониторинг рекламных обращений как компонент рекламной деятельности.</p> |
| Тема 2.2 | Рекламная кампания, планирование рекламной кампании | <p>Определение рекламной кампании, признаки ее классификации и рыночные условия эффективности.</p> <p>Классификации рекламной кампании:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) по намеченным целям (поддержка конкретного товара, формирование благоприятного имиджа рекламодателя и т.д.); 2) по территориальному охвату (локальные, региональные, национальные, международные); 3) по интенсивности воздействия (ровные, нарастающие, нисходящие). <p>Особенности планирования рекламной кампании и этапов ее развертывания.</p> <p>Понятия координации и унификации рекламных кампаний.</p> <p>Дифференцированный и интегративный подходы к разработке рекламных кампаний.</p> <p>Положительные и отрицательные стороны централизованных, децентрализованных и смешанных рекламных кампаний.</p> |

| | | |
|----------|--|---|
| Тема 2.3 | Рекламные исследования | Рекламные исследования: суть и задачи. Роль исследований в рекламе. Этапы рекламных исследований. Первичные и вторичные данные в рекламных исследованиях. Экспертный анализ, контент-анализ, корреляционный анализ, регрессионный анализ, дисперсионный анализ, факторный анализ, кластерный анализ. Рекламные исследования на этапе планирования (предтестинг). Рекламные исследования на этапе реализации (посттестинг). |
| Тема 2.4 | Рекламные агентства: суть, виды, структура | Функции рекламного агентства. Типы рекламных агентств: полного цикла, А La Carte, штатные, медиабайнговые, независимые творческие студии, мегаагентства. Типовая структура агентства полного цикла: отдел исследований, креативный (творческий) отдел, медиаотдел, производственный отдел, административно-производственный отдел, отдел по работе с клиентами. Специфика их деятельности и методы координации функциональных программ. Классификация услуг, предлагаемых агентством. Производственно-творческая специализация работников рекламного агентства: копирайтер, арт-директор, аналитик-исследователь, продюсер, менеджер, медиапланёр, медиабайер, руководитель проекта, креативный директор, помощник менеджера. Рекламный менеджмент, его основные характеристики и тенденции развития. Рекламное агентство в системе отношений с рекламодателем и потребителем. Особенности деятельности рекламного агентства в регионах РФ. |

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;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;

- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- 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 индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов;
- 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 | Показатели уровня сформированности | | |
|---|---|---|------------------------------------|--|---|
| | | | универсальной(-ых) компетенции(-й) | обще профессиональной(-ых) компетенций | профессиональной(-ых) компетенции(-й) |
| | | | | | |
| | | | | | ПК-1 ИД-ПК-1.1 ИД-ПК-1.2 ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3 |
| высокий | | отлично | | | Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию |
| повышенный | | хорошо | | | Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает |

| | | | | | |
|---------|--|---------------------|---|--|--|
| | | | | | коммуникационный продукт в коммерческой сфере Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию |
| базовый | | удовлетворительно | | | Разрабатывает индивидуальные, но не коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию |
| 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 необходимыми для этого навыками и приёмами</p> <p>Не владеет принципами планирования и организации рекламной и ПР-деятельности, затрудняется</p> | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | назвать основные рекламные и ПР-средства 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 «Социологический практикум по связям с общественностью» 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 | Собеседование по разделу/теме «Организация PR акций и рекламной деятельности» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Каковы функции рекламы? 2. Каковы основные структурные элементы рекламы? 3. Правовые и этические регуляторы рекламной деятельности: в чем их содержание и специфика? 4. Реклама в контексте массовых информационных процессов. 5. Каковы основные этапы рекламной деятельности? 6. Какова маркетинговая концепция рекламы? 7. Как соотносятся тип рынка и рекламная деятельность? 8. Какие характеристики включаются в понятие «целевая аудитория рекламы»? 9. Какова психологическая мотивация поведения целевой аудитории? 10. Этапы психологического воздействия в рекламе. |
| 2 | Контрольная работа по разделу/теме «Организация PR акций и рекламной деятельности» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Что явилось предпосылкой для формирования печатной рекламы в средние века: 2. Российская реклама раннего дореволюционного периода характеризовалась: 3. Первое рекламное агентство в России открыл: 4. В каком году был принят закон об охране товарных знаков в России: 5. В период Советского времени преобладала: 6. Предприятия в Советский период не имели стимулов к формированию рекламы по следующей причине: 7. Этапов развития российской рекламы |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|--|---|
| | | <p>8. Система маркетинговых коммуникаций это:</p> <p>9.Что не является фактором, определяющим оптимальную структуру системы маркетинговых коммуникаций (СМК):</p> <p>10. Что из следующих задач не используется в процессе решения CRM-стратегий:</p> <p>11.Что является причиной внедрения интегрированных маркетинговых коммуникаций:</p> <p>12. Главной целью интегрированных маркетинговых коммуникаций является:</p> <p>13.Процесс внедрения интегрированных маркетинговых коммуникаций сдерживается по причине:</p> <p>14. Что относится к основным средствам СМК:</p> <p>23. Рекламное обращение это:</p> |
| 4 | Творческий проект по разделу/теме «Организация рекламной деятельности» | <p>Организация работы над творческим проектом: студенты группы делятся на равные подгруппы и совместно работают над собственным проектом, работа оценивается преподавателем в ходе проведения заключительного занятия.</p> <p>Цель и содержание творческого проекта: Выбрать объект рекламирования (реально существующую или гипотетическую услугу), по предлагаемым формам разработать план рекламной кампании от имени собственного рекламного агентства, организовать рекламную кампанию. Итоговый отчет о выполнении творческого проекта должен включать:</p> <p>1.Титульный лист</p> <p>2.Техническое задание на организацию рекламной компании fashion - индустрии (клиентский бриф) рекламному агентству:</p> <p>Объект рекламы _____</p> <p>Цель рекламной кампании _____</p> <p>Основная идея рекламной кампании _____</p> <p>Перечень планируемых мероприятий _____</p> <p>Перечень планируемых средств и каналов распространения _____</p> <p>Экономические, технические, социальные и другие характеристики объекта рекламы _____</p> <p>Целевая группа (географические, демографические, психографические и поведенческие характеристики) _____</p> <p>Характеристика рынков сбыта _____</p> |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------------|--|
| | | <p>Препятствия к сбыту товара _____</p> <p>Позиционирование товара (услуги) _____</p> <p>Сведения о конкурентах _____</p> <p>Дополнительные пожелания рекламодателя _____</p> <p>Возможная сумма ассигнований _____</p> <p>3.Творческое задание на организацию рекламной кампании (креативный бриф) рекламному агентству:</p> <p>Представление текущей рыночной ситуации, в которой находится рекламируемая услуга _____</p> <p>Указание причин, по которым необходимо создать рекламу _____</p> <p>Представление целевой аудитории _____</p> <p>Цели и задачи рекламы _____</p> <p>Основная творческая идея рекламной кампании _____</p> <p>Дополнительные пожелания рекламодателя _____</p> <p>4.План-график рекламной кампании рекламного агентства</p> <p>Рекламное агентство _____</p> <p>Объект рекламы _____</p> <p>Рекламодатель _____</p> <p>Целевая группа _____</p> <p>Идея рекламы _____</p> <p>Региональный охват _____</p> <p>Продолжительность _____</p> <p>Схема предполагаемых расходов _____</p> <p>5. Техническое задание на организацию рекламной кампании (креативный бриф)</p> <p>Рекламное агентство _____</p> <p>Идея рекламной кампании _____</p> <p>Определение уникального торгового предложения _____</p> <p>Аргументация _____</p> <p>6. Наглядный рекламный материал в виде макетов печатной продукции (проспекты, листовки, приглашение, плакаты), аудиовизуальной, компьютеризированной рекламы и т.д.</p> |
| 5 | Собеседование по разделу/теме | 1. Каковы цели и функции паблик рилейшнз? |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|---|--|
| | «Паблик рилейшнз в системе коммуникаций» | 2. Принципы PR-деятельности: краткая характеристика. 3. Основные институты PR. 4. Какова типовая структура институтов PR? 5. Организационные условия эффективности PR-служб. 6. В чем заключена корпоративная сущность PR-деятельности fashion - индустрии? 7. Субъекты корпоративных отношений в PR. 8. Средства корпоративной информации в системе PR. 9. Учет корпоративных факторов в выборе стратегии и тактики паблик рилейшнз. 10. Паблик рилейшнз как элемент маркетингового комплекса и средство маркетинговой коммуникации. |
| 6 | Практическое задание по разделу/теме «Паблик рилейшнз в системе коммуникаций» | Задание 1. Вспомнить теоретический материал по вопросу составления библиографической справки. Рассмотреть образцы библиографических справок, представленные на портале (шаблон 1 и шаблон 2), а также другие образцы, доступные в сети интернет. Составить библиографическую справку на себя. Составить библиографическую справку на выбранного Вами сотрудника Института социальной инженерии. Задание 2. Ознакомьтесь с типологией PR-технологий, предложенных в работах А.Н. Чумикова, В.Ф. Кузнецова, Б.Л. Борисова. Составьте сравнительную таблицу предложенных подходов. Выберите наиболее удачную на Ваш взгляд типологию, подберите соответствующие примеры и будьте готовы отстаивать свои доводы. Задание 3. Приведите примеры из российской и мировой практики удачного и неудачного применения таких PR-инструментов, как бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, слухи. Подумайте, в каких сферах общественной жизни наиболее эффективно использование данных инструментов. Разработайте письменно собственный алгоритм применения. Задание 4. Смоделируйте и опишите применение PR-техник, таких как бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, ивент-мероприятия, слухи в сфере образования или рекламных услуг. |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------|---|
| | | <p>Задание 5.</p> <p>Проанализируйте ряд изданий Вашего региона (не менее трех). Составьте таблицу наиболее распространенных приемов манипуляции российских СМИ. В таблице сопоставьте соотношение цели манипуляции, 10 аудитории, на которую направлено сообщение и выявленных приемов. Подтвердите свои выводы примерами манипуляции сознанием, применяемых в международных СМИ (два СМИ на выбор).</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 | <p>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</p> | | 5 |
| | <p>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.</p> | | 4 |
| | <p>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.</p> | | 3 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
|--|---|----------------------|----------------------|-----------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система | |
| | 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 вопросам контрольной работы, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала. | | 3 | |
| | 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 | |
| Тест | 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. 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 | | 5 | 85% - 100% |
| | | | 4 | 65% - 84% |
| | | | 3 | 41% - 64% |
| | | | 2 | 40% и менее 40% |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <p>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> | | |
| Контрольная работа | <p>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</p> | | 5 |
| | <p>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.</p> | | 4 |
| | <p>Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и</p> | | 3 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|--|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | 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. | | |
| | 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 |
| Практическое задание | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. | | 5 |
| | Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); | | 4 |
| | Обучающийся (член рабочей группы), 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 (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. | | 2 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Творческий проект | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. | | 5 |
| | Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); | | 4 |
| | Обучающийся (член рабочей группы), 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 (член рабочей группы), не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. | | 2 |

5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации: |
|--------------------------------|--|
| Зачет | <ol style="list-style-type: none"> 1. Подходы к определению термина реклама. 2. Цели и задачи связей с общественностью. 3. Роль рекламы в современном обществе. 4. Функции связей с общественностью. 5. Основные цели и задачи рекламы. 6. Основные этапы становления и развития связей с общественностью. |

| | |
|--|--|
| | 7. Требования к рекламе. 8. Формы PR-деятельности. 9. Экономические и коммуникативные цели рекламы. 10. Специальные PR-мероприятия. |
|--|--|

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|---------------------------------------|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Зачет: устный опрос | Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. | | зачтено |
| | Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. | | не зачтено |
| Экзамен: в устной форме по билетам | Обучающийся: – 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. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. | | 5 |
| | Обучающийся: | | 4 |

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <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. В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы. | | |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые. <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> | | 3 |
| | <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> | | 2 |

5.5. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

Курсовая работа не предусмотрена

5.6. 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 |
| - контрольная работа | | 2 – 5 |
| - тестирование | | 2 – 5 |
| - творческий проект | | 2 – 5 |
| - практическое задание | | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация | | Зачтено |
| Зачет | | Не зачтено |
| Итого за семестр | | Зачтено |
| Зачет | | Не зачтено |

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;
- 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 корпус 6 | |
| Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран |
| Аудитория № 6213 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 издания | 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 | Синяева И. М. / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов | Основы рекламы | Учебник и практикум | Москва: Издательство Юрайт | 2019 | http://biblio-online.ru/bcode/426478 | |
| 2 | Бузина Т.С. | Основы рекламы: реклама в местах продаж | Учебное пособие | Москва: Издательство Юрайт | 2020 | http://biblio-online.ru/bcode/448838 | |
| 3 | Федотова Л. Н. | Реклама: Теория и практика. | Учебник | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-433005 | |
| 4 | Селезнева Л. В. | Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования | Учебное пособие | М. : Издательство Юрайт | 2020 | http://biblio-online.ru/bcode/457495 | |
| 9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Ачкасовой В.А., Быкова И.А. | Связи с общественностью в органах власти. | Учебник и практикум | М.: Издательство Юрайт | 2018 | https://biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-423100 | |
| 2 | Чуев С. В. | Политический менеджмент. Коммуникативные технологии | Учебное пособие | М.: Издательство Юрайт | 2018 | https://biblio-online.ru/book/politicheskiy-menedzhment-kommunikativnye-tehnologii-428193 | |
| 3 | Варакута С.А. | Связи с общественностью | Учебное | М: НИЦ ИНФРА-М | 2013 | http://znanium.com/catalog/auth | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|-----------------------------|-------------------------|------|---|----|
| | | | пособие | | | or/4be6e558-f6d5-11e3-9766-90b11c31de4c | |
| 4 | Осипова Е.А. | Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства | Учебное пособие | М.: Дашков и К | 2015 | http://znanium.com/catalog/author/6593b5d8-98ad-11e4-a7e7-00237dd2fde2 | |
| 5 | Бузни Е.Н. | История связей с общественностью | Учебное пособие | Издательский Центр РИОР | 2014 | http://znanium.com/catalog/author/fb368ebc-f844-11e3-9766-90b11c31de4c | |
| 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);
- **ЭБС Юрайт** <https://biblio-online.ru> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
- **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 «Znaniium.com» http://znaniium.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. IC: 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 |
|-------------|---------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |