

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.05.2024 11:49:05
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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	Магистратура
Кафедра	Социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	Коммуникационный менеджмент
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	Очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 08 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент	Мореева Е.В.
Заведующий кафедрой	Мореева Е.В.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» изучается в первом семестре Модуль 1

Курсовая работа – предусмотрена Первый семестр Модуль 1)

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» относится к основной части образовательной программы

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня (бакалавриата).

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

- Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью;
- Теория эффективного лидерства и командный менеджмент;
- Производственная практика. НИР 1
- .

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при прохождении практик:

- Производственная практика. НИР 2
- Производственная практика. НИР 3
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика
- Производственная практика. НИР 4

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» являются:

- приобретение обучающимся целостных, систематизированных знаний о современных коммуникативных технологиях и проведении рекламных кампаний;
- изучение студентами планирования и организации публичных кампаний в сфере массовых коммуникаций;
- формирование знаний, касающихся значимости стратегического планирования при разработке комплексных коммуникативных кампаний, критериев оценки их эффективности; а также роли рекламы и связей с общественностью в эффективном позиционировании и продвижении субъектов рыночной деятельности;
- исследование механизмов формирования общественного мнения в процессе реализации кампании; овладение студентами практическими навыками проведения кампании в области рекламы и связи с общественностью.
- 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
<p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ИД-ОПК-1.1 Планирование, организация и координация процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание и учет изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>-планирует, организовывает и координирует процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>-отслеживает и учитывает изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;</p>
	<p>ИД-ОПК-1.2 Создание востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>- создаёт востребованные обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>- отслеживает изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью;</p>
<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-ОПК-5.3 Анализ принимаемых управленческих решений с правовых и нравственных позиций; осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей</p>	<p>- анализирует принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций; осуществляет самоанализ своей профессиональной деятельности, добивается поставленных целей;</p> <p>-составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий;</p>
<p>ПК-3 Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки,</p>	<p>ИД-ПК-3.1 Составление стратегических планов рекламно-коммуникационных мероприятий</p>	<p>- составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий;</p> <p>- реализует стратегические</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности	ИД-ПК-3.2 Реализация стратегических планов рекламно-коммуникационных мероприятий	планы рекламно-коммуникационных мероприятий.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения	5	з.е.	160	час.
--------------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по видам занятий (очно-заочная 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/курсовый проект	самостоятельная работа обучающегося	промежуточная аттестация, час
1 семестр	экзамен	160	-	32		2	54	72	
Всего:		160	-	32		2	54	72	

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля 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; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Первый семестр						
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 1 Структура процесса коммуникации Коммуникативные барьеры						Экспресс-опрос Круглый стол

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемый(ых) компетенции (й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 2 Рекламная коммуникация. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма коммуникативных технологий Композиция рекламного текста. Разработка рекламного обращения.						Экспресс-опрос Дискуссия
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 3 Основы переговорного процесса. Современные имиджевые стратегии. Технологии партизанского маркетинга						Экспресс-опрос Дискуссия

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции (й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 4 Инструменты прямого маркетинга.						Экспресс-опрос Дискуссия
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 5 Служебные документы, их подготовка						Экспресс-опрос Круглый стол
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3	Практическое занятие 6 Основные этапы разработки и реализации PR-кампаний. Стратегия кампании.						Экспресс-опрос Дискуссия

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции (й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2							
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 7 Подготовка к выступлению: определение темы, основного тезиса и стратегии. Композиция выступления: начало и его виды, основная часть и виды аргументации, концовка и ее виды. Способы фиксации и использования подготовленного выступления.						Экспресс-опрос Круглый стол
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 8 Коммуникация в проектной команде. Групповые эффекты						Экспресс-опрос Круглый стол

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции (й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОП51 ИД-ОПК-5.3 ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Практическое занятие 9 Стили поведения в конфликтной ситуации						Экспресс-опрос Тестирование (заключительное)
	Экзамен						экзамен по билетам
	ИТОГО за первый семестр	-	32		2	72	
	ИТОГО за весь период	-	32		2	72	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I Коммуникативные технологии		
1	Лекция 1.1 Тема 1.1 Структура процесса коммуникации. Практическое занятие 1.1 Технологии коммуникации: сущность, разновидности, методы	Природа коммуникации и коммуникационные технологии. Структура процесса коммуникации. Коммуникативные барьеры. Технологии коммуникации: сущность, разновидности, методы.
2	Лекция 1.2 Тема 1.2 Рекламная коммуникация. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма коммуникативных технологий Практическое занятие 1.2 Рекламная коммуникация. Социально-психологические аспекты рекламы.	Средства рекламы и особенности их выбора. Рекламная коммуникация. Композиция рекламного текста. Разработка рекламного обращения. Социально-психологические аспекты рекламы. Методы формирования бюджета на коммуникации. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма коммуникативных технологий
3	Лекция 1.3 Тема 1.3 Связи с общественностью Практическое занятие 1.3 Управление новостью в PR	Связи с общественностью. Спиндокторинг как искусство информационного освещения события. Управление новостью в PR (стратегии новостного менеджмента). Коммуникативные технологии информационных и психологических войн. Технологии работы со слухами. Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий.
4	Лекция 1.4 Тема 1.4 Прямая продажа, стимулирование сбыта и личная продажа Практическое занятие 1.4 Инструменты прямого маркетинга. Ведение деловых переговоров	Прямая продажа, стимулирование сбыта и личная продажа. Прямой маркетинг в стимулировании продаж. Личная продажа: особенности, этапы. Инструменты прямого маркетинга. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента
5	Лекция 1.5 Тема 1.5 Письменная деловая коммуникация Практическое занятие 1.5 Подготовка и составление делового письма. Виды писем.	Официально-деловой стиль в стилистической системе русского языка. Письменная деловая коммуникация. Подготовка и составление делового письма. Виды писем. Электронная письменная деловая коммуникация

	Электронная письменная деловая коммуникация	
6	Лекция 1.6 Тема 1.6. Коммуникативные стратегии и тактики в деловом общении Практическое занятие 1.6 Коммуникативные стратегии и тактики в деловом общении	Коммуникативные стратегии и тактики в деловом общении. Стратегия убеждения. Стратегия внушения. Стратегии принуждения, дискредитации и обмана. Тактика сопоставления. Тактика косвенного воздействия.
7	Лекция 1.7 Тема 1.7 Технологии подготовки и проведения публичного выступления Практическое занятие 1.7 Выступления. Поведение в нестандартных ситуациях.	Технологии подготовки и проведения публичного выступления. Имидж оратора. Взаимодействие со слушателями. Поведение в нестандартных ситуациях. Приемы косвенного воздействия
8	Лекция 1.8 Тема 1.8 Коммуникация в проектной команде Практическое занятие 1.8 Командные роли.	Коммуникация в проектной команде. Понятие команды. Групповые эффекты.
9	Лекция 1.9 Тема 1.9. Конфликт в деловой коммуникации Практическое занятие 1.9 Стили поведения в конфликтной ситуации.	Конфликт в деловой коммуникации. Понятие и структура конфликта. Стили поведения в конфликтной ситуации. Динамическая модель конфликта. Функции и последствия конфликта. Управление конфликтом.

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, практическим занятиям, зачету;
- изучение учебников и учебных пособий;

- изучение разделов/тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- проведение исследовательских работ;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение заданий;

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

- экспресс-опрос
- дискуссия
- круглый стол
- тестирование
- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование темы дисциплины выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Раздел I	Экономика России на современном этапе			
Тема 1.1	Структура процесса коммуникации. Коммуникативные барьеры	Барьеры, связанные с коммуникативным процессом и с личностью	Экспресс-опрос	2

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

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

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций

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 компетенции	общепрофессиональной компетенции	профессиональной компетенции
				ОПК-1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-3 ИД-ОПК-3.1 ИД-ОПК-3.2 ОПК-6 ИД-ОПК-6.1 ИД-ОПК-6.2	ПК-1 ИД-ПК-1.1 ПК-3 ИД-ПК-3.1
ВЫСОКИЙ		зачтено	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создает востребованные обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; – отслеживает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью; – анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов – применяет достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; – осуществляет поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач, в том числе с применением интернет-технологий; 		

			<ul style="list-style-type: none"> – отслеживает глобальные тенденции модернизаций технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; – анализирует проект, предлагаемый автором. – выявляет слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике; – применяет принципы разработки концепции медиа проекта; – составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий.
повышенный		зачтено	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обоснованно излагает, создает востребованные обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; – отслеживает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью; – анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов – применяет достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; – осуществляет поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач, в том числе с применением интернет-технологий; – отслеживает глобальные тенденции модернизаций технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; – анализирует проект, предлагаемый автором. – выявляет слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике; – применяет принципы разработки концепции медиа проекта; <p>составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий.</p> <ul style="list-style-type: none"> – ответ отражает полное знание материала, с незначительными пробелами, допускает единичные негрубые ошибки.
базовый		зачтено	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – испытывает серьёзные затруднения в создании востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

			<ul style="list-style-type: none"> – отслеживает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью; – анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов – применяет достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; – осуществляет поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач, в том числе с применением интернет-технологий; – отслеживает глобальные тенденции модернизаций технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; – анализирует проект, предлагаемый автором. – выявляет слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике; – применяет принципы разработки концепции медиа проекта; <p>составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий.</p> <p>–ответ отражает в целом сформированные, но содержащие незначительные пробелы знания, допускаются грубые ошибки.</p>
низкий		не зачтено	<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 способен проанализировать основные коммуникативные проблемы;</p> <p>выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя;</p> <p>ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.</p>

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 Современные коммуникативные технологии 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.	Экспресс-опрос по всем темам дисциплины	1. Что является результатом деловой коммуникации? 2. Назовите компоненты процесса коммуникации. 3. Какие существуют трудности в передаче информации? 4. Какие существуют проблемные места в процессе коммуникации? 5. Какие способы помогут сохранить информацию при передаче и приеме? 6. Какие заблуждения снижают эффективность процесса коммуникации? 7. Назовите барьеры, связанные с коммуникативным процессом 8. Какие коммуникативные барьеры связаны с личностью? 9. Перечислите барьеры психологической защиты. 10. Как правильно предоставлять коммуникативную обратную связь? В коммуникации?
2	Дискуссия по темам дисциплины раздела 1 «Структура процесса коммуникации»	Темы дискуссий: 1. Структура процесса коммуникации 2. Природа коммуникации и коммуникационные технологии 3. Коммуникативные барьеры
3.	Круглый стол по темам раздела 1 «Структура процесса коммуникации»	Темы круглых столов: 1. Классическая модель коммуникации: последствия отсутствия обратной связи. 2. Коммуникация, как обмен информацией, важный процесс для любых профессий, специальностей, социальных слоев. 3. Проблемы передачи большого объема информации
4.	Тестирование по Разделу 1. «Структура процесса коммуникации»	Задание 1. Тестовое задание: 1. Средства преодоления расстояния: 1) телефон 2) почта, в том числе - электронная, системы on-line, селектор и т.д. 3) схема 4) все перечисленное.

		<p>2. Средства компенсации разрыва во времени:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) тексты, представленные как в видео-, так и в аудиозаписи 2) схемы, представленные как в видео-, так и в аудиозаписи 3) формулы, представленные как в видео-, так и в аудиозаписи 4) все перечисленное. <p>3. Средства упорядочивания коммуникации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) правила 2) нормы 3) регламенты и ритуалы 4) все перечисленное. <p>4. Средства интенсификации коммуникации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) «мозговой штурм» 2) метод Дельфы 3) все перечисленное. <p>5. Классификация средств коммуникации по механизмам организации коммуникативного процесса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) приказы и распоряжения 2) докладные и служебные записки 3) протоколы и отчеты 4) заявления и характеристики 5) все перечисленное.
5	<p>Домашнее задание по разделу 1 «Структура процесса коммуникации»</p>	<p>Прочитайте текст. Какие национальные особенности делового общения в нем отображены? Насколько описанная ситуация соответствует российским традициям?</p> <p>Наша семья жила тогда в Нью-Йорке... Мне было десять лет. Отец платил мне 50 центов в неделю за то, что я убирал со стола и по субботам чистил ботинки всем членам семьи — карманные деньги нужно было заработать. Но я хотел большего, и для этого следовало найти работу, поскольку на любую просьбу увеличить размер моего еженедельного пособия отец отвечал: «Деньги не растут на дереве, их надо зарабатывать». И я нанялся к Сэму, владельцу магазинчика за углом — стал разносчиком газет. Приходилось вставать в полшестого утра, чтобы успеть прийти к шести. К семи требовалось сдать Сэму пустую сумку. Однажды я проспал. Примчавшись в киоск, обнаружил, что Сэма нет, он сам пошел разносить газеты. Дождавшись его возвращения, стал извиняться: «Сэм, прости меня, у нас были гости, я поздно лег, что-то случилось с будильником...». Сэм похлопал меня по плечу и сказал: «Да не бери ты в голову, Билли! Нет проблем. Но когда в следующий раз</p>

		<p>проспишь, лучше не приходи совсем. Понимаешь, тут есть паренек, он очень хочет на твое место. Эта работа ему очень нужна, понял?» Я понял. Сэм не стал ругать меня, читать нотации. Но он преподавал мне простой и ясный урок на всю жизнь: либо ты держишься на плаву, либо тонешь. (В. Познер. Урок взросления.)</p> <p>Дополнительные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Объясните, почему этот текст представляет собой пример описания деловой коммуникации. 2. Почему Сэм не считал нужным объяснять ребенку, что нельзя нарушать нормы трудовой дисциплины? 3. Почему автор текста на всю жизнь запомнил этот случай? Неужели он больше никогда не опаздывал на работу? 4. Насколько Владимир Познер усвоил урок взросления, смог ли он в своей дальнейшей жизни «удержаться на плаву»? 5. В какой мере реплика Сэма соответствует нормам официально-делового стиля? 6. Многие считают, что нельзя платить ребенку за выполнение домашней работы, так как он должен выполнять ее просто из уважения к родителям. Какие еще аргументы можно привести против оплаты домашней работы ребенка? Какие аргументы мог привести отец Билли, который платил сыну за мытье посуды и чистку обуви?
--	--	--

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Экспресс-опрос	Дан оперативно 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

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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 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
Домашнее задание	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или опiski, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно.		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Допущена одна ошибка или два-три недочета.		
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Работа не выполнена.		
Круглый стол	Обучающийся демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского банковского сектора в целом. Проявляется масштабность, глубина и оригинальность суждений. Аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений. Умение отстаивать свое мнение. Активность в обсуждении. Общая культура и эрудиция в процессе участия в круглом столе.		5
	Обучающийся демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского банковского сектора в целом. Не всегда проявляется аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Проявляет умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении. Общая культура и эрудиция в процессе участия в круглом столе.		4
	Обучающийся в полной мере демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского банковского сектора в целом. Не всегда проявляется аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не в полной мере проявляет умение отстаивать свое мнение. Не проявляет активность в обсуждении.		3 2
	Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского банковского сектора в целом. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении		

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Тестирование	<p>За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются 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>Общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл - 20 баллов. .</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%</p> <p>«3» - 41% - 64%</p> <p>«4» - 65% - 84%</p> <p>«5» - 85% - 100%</p>		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%
Дискуссия	<p>Ведение дискуссии в рамках объявленной темы; видение сути проблемы. Точная, четкая формулировка аргументов и контраргументов, умение отделить факты от субъективных мнений, использование примеров, подтверждающих позицию участника дискуссии. Соответствие аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личностных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.</p>		5	
	<p>Отклонение от темы по причине иной трактовки сути проблемы. Отклонение от темы по причине отсутствия видения сути проблемы. Допущены логические</p>		4	

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Незначительны ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов, связанные с нарушением законов логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие некоторых аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, но перебивание оппонентов, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи		
	Намеренная подмена темы дискуссии по причине неспособности вести дискуссию в рамках предложенной проблемы. Ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов связанные с нарушением законов логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому тезису, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Проявление личной предвзятости к некоторым оппонентам, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует эмоциональность и выразительность речи		3
	Перескакивание с темы на тему, отсутствие всякого понимания сути проблемы. Повторное утверждение предмета спора вместо его доказательства или отсутствие фактических доказательств или приведение вместо доказательств субъективных мнений. Небрежное речевое поведение: наличие речевых ошибок,		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	излишнее использование сленга, разговорных и просторечных оборотов. Монотонная (или излишне эмоциональная) речь. Качество речи препятствует пониманию высказываемой мысли.		
	Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского банковского сектора в целом. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет в устной форме по билетам	<p>Билет 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Этапы разработки эффективной коммуникации 2. Спиндокторинг как искусство информационного освещения события <p>Билет 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама, ее виды и характеристика 2. Управление новостью в PR (стратегии новостного менеджмента) <p>Билет 3.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие, классификация и значение ярмарок и выставок 2. Коммуникативные технологии информационных и психологических войн <p>Билет 4.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные направления деятельности PR 2. Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий <p>Билет 5.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы переговорного процесса 2. Технологии партизанского маркетинга

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	зачтено/не зачтено
Зачет в устной форме	<p>Обучающийся</p> <ul style="list-style-type: none"> - знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий; - глубоко и прочно усвоил программный материал и знает технологии коммуникации, основные этапы стратегического планирования коммуникаций, этапы планирования комплекса коммуникаций. методы формирования бюджета на коммуникации. 		зачтено
	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> - не владеет программным материалом и не знает технологий коммуникации, основных этапов стратегического планирования коммуникаций, этапов планирования комплекса коммуникаций. методов формирования бюджета на коммуникации. 		не зачтено

- 5.5. 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:		
Экспресс-опрос		2-5
Дискуссия		2-5
Круглый стол		2-5
Тестирование		2-5
Домашнее задание		2-5
Промежуточная аттестация (зачет)		зачтено/не зачтено
Итого за семестр (дисциплину) зачёт		

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- дискуссии
- круглый стол
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет

Примеры применения образовательных технологий в дисциплине «Современные коммуникативные технологии»

Темы круглого стола:

1. Классическая модель коммуникации: последствия отсутствия обратной связи.
2. Коммуникация, как обмен информацией, важный процесс для любых профессий, специальностей, социальных слоев.
3. Проблемы передачи большого объема информации

Темы дискуссии:

1. Коммуникативные барьеры, препятствия, возникающие в процессе передачи информации?
2. Зависимость специфики деловой коммуникации от уровня образования, интеллектуального развития, потребностей, сферы деятельности.
3. Конечная цель всех субъектов деловой коммуникации.

Поиск и обработка информации с использованием сети Интернет

Изучение необходимых нормативных, законодательных актов в системе «Консультант +». Магистранты работают небольшими группами в компьютерном классе в системе «Консультант+». Должен быть проведен не только поиск необходимой информации, но и ее критический анализ.

Примеры анализа ситуаций

1. Исторические примеры ведения информационных кампаний. Пропагандистские модели воздействия на аудиторию в ходе информационных и психологических войн (метод «промывания мозгов»). Характер информационного и психологического оружия и его разновидности (от устных методов до кинематографа).
2. Слух как специфическая коммуникативная единица. Коммуникативные характеристики и основные признаки слуха. Анализ слухов: по сфере распространения; по степени достоверности; по содержанию (слух-мечта, слух пугало) и др.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

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

В теме 1.6 Коммуникативные стратегии и тактики в деловом общении осуществляется практическая подготовка обучающихся, выполняются отдельные элементы работы, связанные с будущей профессиональной деятельностью.

Пример реализации элементов практической подготовки (в виде практических ситуаций и кейсов):

1. Определите, какие тактики манипуляции использованы. Обоснуйте свое мнение. «Новый „Миф“ с микрочастицами кислорода. Отстирывает лучше, чем обычные порошки». «Плавающие головки Gillette Slalom Plus оснащены тремя бреющими лезвиями... и именно поэтому они бреют гораздо чище, в отличие от обычных одноразовых станков». «Новый улучшенный „Nescafe 3 в 1“. Насыщенный и гармоничный вкус». «Колготки „San Pellegrino“ — прочны, как истинные чувства». «„Ford Car“ — Самая стильная подружка». «Бензин „Esso“ — посади тигра в бензобак».

2. Проанализируйте приемы манипуляции, использованные в следующем тексте.

1. «Вы купите это яблоко?» (Изображение надкусанного с двух сторон яблока.) «Или Вы купите это?» (Изображение целого яблока.) «Как бы ни был хорош Ваш телевизор, у него есть один серьезный недостаток. Он не показывает полного изображения. Телевизор World Best Plus от SAMSUNG. Найдите съеденные 3,5 см!»

Насколько корректно сравнение телевизора и яблока?

3. Как известно, понятия стратегии и тактики заимствованы теорией коммуникации из военной сферы, где стратегия — это обобщенный план военных действий, а тактика — это конкретный способ реализации стратегии. Как учил Карл фон Клаузевиц, стратегический план не может предугадать деталей боевых действий. В чем именно можно обнаружить сходство между стратегией и тактикой в военном искусстве и бизнесе?

4. Объясните смысл следующих постулатов Пол Герберта Грайса:

1. Постулат количества/полноты (говори не больше и не меньше, чем требует ситуация коммуникации).
2. Постулат качества (говори правду, не говори того, в чем не уверен).
3. Постулата релевантности (не отклоняйся от темы).
4. Постулат способа (говори ясно, кратко и последовательно).

В какой мере эти постулаты относятся к реальной деловой коммуникации? Почему эти постулаты иногда нарушаются в рекламе? В какой мере соответствуют постулатам Грайса следующие рекламные тексты:

«Надоело платить за входящие? Присоединяйся к нам. Tele2».

«Duracell. Не простая батарейка. Испытания доказали, что „Duracell“ работает дольше, чем обычные батарейки. Duracell — батарейка с золотой каймой. Ничто не работает так долго».

«Не можете установить правильный режим утюга? (изображение одежды, прожженной старой моделью утюга). Теперь Вы лишь выбираете тип ткани, и наш утюг делает все за Вас».

«Подушечки Orbit. Единственные жевательные подушечки, имеющие качество Orbit».

«Молоко вдвойне вкусней, если это Milky Way».

«Пенталгин. В пять раз сильнее боли».

«Тот, кто стремится к совершенству, выбирает лучшее - плазменные телевизоры „Пионер“».

«„Blend-a-med“». Стоматологи свидетельствуют: лучшей защиты от кариеса не существует».

Кейс №1 «Как получить работу».

21-летний выпускник колледжа (степень бакалавра по средствам связи) умело воспользовался своими знаниями в области маркетинга для получения работы. Он

намеревался разослать открытки по соответствующим агентствам со своей анкетой в рекламной форме. А также добиться личных встреч с руководителями агентств в своем городе, после чего посетить столицу для встречи с руководителями ведущих агентств страны. Он планировал договориться о проведении 10 собеседований, в результате которых мог бы получить, по меньшей мере, два предложения о поступлении на работу.

Его маркетинговая информация состояла из почтового конверта, письма и почтовой открытки, чтобы облегчить оформление ответного письма на его почтовую рекламу. Письмо было оформлено в стиле единственной газетной страницы с описанием своего «товара» по пяти пунктам, которые определяли конкурентные преимущества выпускника. Стандартный лист А4 был разделен на три полосы, имел общий заголовок и содержал фотографию автора.

Молодой человек пытался установить связь с президентами рекламных агентств или с руководителями рекламных служб маркетинговых компаний. Выпускник ограничил свою аудиторию средними и крупными рекламными агентствами, которые занимались прямым маркетингом. Перечень таких агентств ему было нетрудно найти в Интернете.

В течение первой недели июня по городу было разослано 24 комплекта рекламной информации. В итоге молодой человек посетил 5 собеседований.

Затем в первую неделю июля молодой человек разослал еще 11 писем по столичным агентствам. Спустя две недели, он связался с этими агентствами по телефону, чтобы убедиться в получении рекламного комплекта и попросить разрешение на собеседование. В результате выпускник посетил 3 собеседования и получил два предложения о поступлении на работу в столице. Общий бюджет этой кампании составил 6 тыс. руб.

Вопросы к кейсу:

1. Перечислите статьи расходов, которые вошли в общий бюджет кампании.
2. Почему в своем городе молодой человек разослал больше писем и посетил больше собеседований?
3. Оцените эффективность проведенной кампании.
4. Составьте собственный рекламный материал, который можно было бы разослать работодателям в данной ситуации.

Кейс №2 «Прямая Интернет-реклама»

Небольшая российская фирма «Шоко» по производству заказных шоколадных тортов, ведет бизнес при помощи Интернета. На ее web-сайте представлены:

- 1) аппетитные шоколадные шедевры;
- 2) номера телефонов, по которым можно сделать заказ;
- 3) номера факсов, по которым можно переслать платежные документы;
- 4) номер расчетного счета, на который перечисляются деньги.

Торт будет доставлен курьером в течение 6 часов после оплаты.

Таким образом, кондитерская фирма представляет смешанную модель с элементами электронных (представление потребителю информации о товаре) и физических (оплата и доставка) коммуникаций.

У фирмы ограниченный бюджет на рекламу, из которого существенная доля выделяется на продвижение фирмы «Шоко» в Интернете.

Как распорядится деньгами?

Известный российский Интернет-портал предлагает фирме разместить баннерную рекламу с оплатой за гарантированное количество показов. Портал предлагает баннеры, которые обойдутся кондитерской фирме в \$ 50 за 1000 показов. Сколько посетителей заинтересуется рекламой? По экспертным данным, лучшие в мире баннеры смогли завоевать внимание около 8% посетителей. Если сладко-шоколадный баннер привлечет 5% посетителей, тогда за каждого визитера фирма «Шоко» заплатит \$ 2,5. Расчеты: стоимость показа одному посетителю портала равна \$ 50 / 1000 показов, или \$ 0,05 – это цена за клик. Из 1000 увидевших баннер только 50 кликнули на него, и зашли на сайт кондитерской фирмы, поэтому стоимость одного посещения равна \$ 2,5. Если из 50 посетителей, зашедших посмотреть на торты, двое

решили действительно заказать торт себе на день рождения, то стоимость приобретения одного покупателя оказалась равна \$ 25. Причем два из пятидесяти - это хороший результат. Такую сумму фирме «Шоко» нужно окупить, чтобы заработать прибыль.

На каждом покупателе кондитерская фирма может заработать не более \$ 16. Пусть каждый торт большой и красивый стоит \$ 20 (стоит торт в 34 рублях, но считать будет проще). Маржа составляет 40% и из двадцати \$ 8 - чистая прибыль.

Поскольку торты вкусные, покупатели возвращаются - половина из тех, кто купил торт однажды, делает покупку снова. Вероятность повторной покупки составляет 50%. Это добавляет к прибыли, которую получает фирма с одного покупателя еще \$ 4.

Из клиентов, сделавших повторную покупку, половина делает покупку третью. Это приносит еще \$ 2 к прибыли, которую фирма получает с одного покупателя.

Продолжая расчеты, фирма «Шоко» упирается в максимальные \$ 16 прибыли, которые принесет каждый покупатель за всю историю отношений фирмы с ним. Поэтому, если бы расходы фирмы на приобретение одного покупателя не превышали \$ 16, прямая реклама в Интернете была бы оправданной.

Но для фирмы «Шоко» этот вариант не подходит.

Для небольшой фирмы эффективнее потратить рекламный бюджет на развитие сайта: обновление страниц или включение новых разделов. Сайт сам по себе – это реклама. Надежный способ создать посещаемый сайт, который будет давать прибыль - сделать его действительно полезным и интересным для потенциальных покупателей. А посетители будут посещать сайт не только во время проведения краткосрочной рекламной кампании, но и в иное время.

Вопросы к кейсу:

1. Если бы фирма «Шоко» владела большим бюджетом на прямую рекламу в Интернете, хватило бы 1000 показов для привлечения желаемого количества покупателей? Ответ обоснуйте.

2. Объясните, почему сайт сам по себе – это реклама.

3. Можно ли рекомендовать фирме «Шоко» воспользоваться контекстной рекламой?

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию без барьерной 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.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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.
119071, г. Москва, Мал. Калужский переулок, дом 4	
Аудитория № 4101 для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Учебная аудитория № 4102 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, доска меловая, стол преподавательский, трибуна Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Переносной проектор + экран, ноутбук
Аудитория №1343: - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятия и профилактических работ время).	Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся

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.
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

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

9. 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
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Тулупьева Т.В.	Лекции по основам технологий деловой коммуникации	учебник	С.Пб.: Изд-во С.-Петербург. у-та,	2019	https://znanium.com/read?id=373782	
2	Кожемякин Е.А.	Основы теории коммуникации	учебное пособие	Инфра-М	2021	https://znanium.com/catalog/document?id=369159	
3.	Приходько О.В., Самойлов И.Л., Шубкина О.Ю.	Деловые коммуникации	учебное пособие	Издательство: Сибирский федеральный университет	2020	https://znanium.com/catalog/document?id=381948	
4	Маслова Е.Л., Коленова Е.А.	Международный культурный обмен и деловые коммуникации	учебное пособие	Дашков и К	2019	https://znanium.com/catalog/document?id=371007	
5	Черняк Е.Ф.	Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры	курс лекций	Кемерово: Кемер. гос. ин-т культуры	2019	https://znanium.com/read?id=361123	
6	Чамкин А.С.	Основы коммуникологии (теории коммуникации)	учебное пособие	Инфра-М	2017	https://znanium.com/catalog/document?id=93489	
7							

8							
9							
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Савченко И.А.	Онтология межкультурной коммуникации	монография	Инфра-М	2021	https://znanium.com/catalog/document?id=379896	
2							
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Ильина С.И.	Маркетинговые коммуникации	Учебное пособие	РГУ им. А.Н. Косыгина	2021		5 – в библиотеке 25 – на кафедре

10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ 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.	ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
5.	ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/ .
	Профессиональные базы данных, информационные справочные системы
	Web of Science http://webofknowledge.com/
	Scopus http://www.Scopus.com/
	Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/
	«SpringerNature» http://www.springernature.com/gp/librarians Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/

10.2. Перечень программного обеспечения

№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

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