Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
РГСУ
Сертификат: 00B702B62B2039803F6B5D5BD273DA9854
Владелец: Шимановская Янина Васильевна
Действителен: с 02.07.2024 до 25.09.2025

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5

2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 9

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9

3.2. Задания для самостоятельной работы 9

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 10

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 12

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 12

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 12

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 15

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 16

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 17

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 17

5.1.1. Основная литература 17

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 17

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 18

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 19

5.4.1. Средства информационных технологий 19

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 19

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 19

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 19

5.6. Образовательные технологии 20

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 21

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере понимания бренда как инструмента рыночной деятельности и маркетинга, изучение зарубежных и российских практик по эффективному внедрению стратегическому управления брендами, формирование комплекса знаний и умений в решении практических задач по созданию и управлению торговой маркой медиапродуктов с их последующим применением в профессиональной деятельности

Задачи дисциплины (модуля):

- обеспечить изучение роли и места бренда в повышении конкурентоспособности предприятий и организаций;
- обеспечить изучение связи системы развития бренда с бизнес-стратегией развития предприятия;
- обеспечить формирование навыков эффективного использования основных инструментов и технологии бренд-менеджмента для реализации целей развития предприятий и организаций;
- обеспечить формирование навыков рационального использования методики оценки эффективности реализации мероприятий в области построения бренда;
- формировать навыки по организации работы бренд-менеджеров по вопросам осуществления текущих и перспективных мероприятий маркетинговой и рекламной деятельности предприятий и организации.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/ групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: актуальные запросы общества и аудиторий Уметь: применять знания об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действий

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	12	12			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	45	45			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	12	12			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	92	92			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	Самостоятельная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 5)											
Раздел 1. Управление брендом в конкурентной среде	30	12	18	4		10				4	
Тема 1.1. Платформа бренда	14	6	8	2		4				2	
Тема 1.2. Концепция конкурентных преимуществ бренда (цепочка ценностей М. Портера, УТП Ривза)	16	6	10	2		6				2	
Раздел 2. Стратегии управления брендом	39	19	20	6		10				4	
Тема 2.1. Стратегии товарного бренда	7	3	4	1		2				1	
Тема 2.2. Стратегии товарной категории	7	3	4	1		2				1	
Тема 2.3. Стратегия построения зонтичного бренда	7	3	4	1		2				1	
Тема 2.4. Стратегия ассортиментного бренда	7	3	4	1		2				1	
Тема 2.5. Стратегия родового бренда	11	7	4	2		2					
Раздел 3. Ключевые показатели эффективности управления брендом	30	14	16	4		8				4	
Тема 3.1. Стоимость и сила бренда	15	7	8	2		4				2	
Тема 3.2. Уникальность, растяжимость, узнаваемость, релевантность бренда	15	7	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**108**	**45**	**54**	**14**		**28**				**12**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**…ельная я**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3 Сессия 3-4)											
Раздел 1. Управление брендом в конкурентной среде	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Платформа бренда	17	15	2	1		1					
Тема 1.2. Концепция конкурентных преимуществ бренда (цепочка ценностей М. Портера, УТП Ривза)	17	15	2	1		1					
Раздел 2. Стратегии управления брендом	36	30	6	2		4					
Тема 2.1. Стратегии товарного бренда	8	6	2	1		1					
Тема 2.2. Стратегии товарной категории	7	6	1	1		1					
Тема 2.3. Стратегия построения зонтичного бренда	7	6	1			1					
Тема 2.4. Стратегия ассортиментного бренда	7	6	1			1					
Тема 2.5. Стратегия родового бренда	7	6	1								
Раздел 3. Ключевые показатели эффективности управления брендом	34	32	2			2					
Тема 3.1. Стоимость и сила бренда	17	16	1			1					
Тема 3.2. Уникальность, растяжимость, узнаваемость, релевантность бренда	17	16	1			1					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**108**	**92**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Управление брендом в конкурентной среде

Тема 1.1. Платформа бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие платформы бренда. Концепция бренда и его основные атрибуты. Содержание основных этапов управления брендом: формирование плана бренда, формирование бренда, оценка эффективности, корректирующие действия. Бренды в конкурентной среде: экономическое понятие конкуренция, специфика взаимодействия конкурентных брендов.

Тема 1.2. Концепция конкурентных преимуществ бренда (цепочка ценностей М. Портера, УТП Ривза)

Концепция конкурентного преимущества М. Портера (цепочка ценностей, снижение издержек и дифференциация товара). Факторы использования различных стратегий достижения конкурентного преимущества. Концепция УТП Р. Ривза. Объективные и символические свойства бренда. Техники поиска и формулировки УТП.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Развитие бренда в конкурентной среде

Форма практического задания: исследовательское задание, групповая дискуссия по исследовательскому заданию.

Содержание исследовательского задания:

Проанализируйте развитие любого на выбор известного бренда сегмента b2c с точки зрения основных этапов развития, используемых стратегий брендинга. Обратить внимание на изменение фирменного стиля, изменение целевых аудиторий, позиционирования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – групповая дискуссия

РАЗДЕЛ 2. Стратегии управления брендом

Тема 2.1. Стратегии товарного бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание стратегии создания и управления товарным брендом, основные инструменты и целевые показатели. Примеры эффективного использования стратегии.

Тема 2.2. Стратегии товарной категории

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание стратегии создания и управления брендом товарной категории, основные инструменты и целевые показатели. Примеры эффективного использования стратегии.

Тема 2.3. Стратегия построения зонтичного бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание стратегии создания и управления зонтичным брендом, виды зонтичных брендов, основные инструменты и целевые показатели. Примеры эффективного использования стратегии.

Тема 2.4. Стратегия ассортиментного бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание стратегии создания и управления ассортиментным брендом, специфика ассортиментного брендирования, основные инструменты и целевые показатели. Примеры эффективного использования стратегии.

Тема 2.5. Стратегия родового бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание стратегии создания и управления родовым брендом, основные инструменты и целевые показатели. Примеры эффективного использования стратегии.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практических занятий: Примеры различных стратегий управления брендами

Форма практического задания: написание реферата, исследовательское задание, групповая дискуссия по исследовательскому заданию.

Реферат: Анализ стратегий управления брендом на конкретном объекте, объект определяется по согласованию с преподавателем.

Содержание исследовательского задания:

Найти примеры использования каждой из пяти стратегий управления брендом. Аргументировать отнесение к конкретной стратегии, проанализировать специфику каждой стратегии с точки зрения эффектов и используемых инструментов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. Ключевые показатели эффективности управления брендом

Тема 3.1. Стоимость и сила бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие стоимость и силы бренда. Основные подходы к измерению. Системы рейтингования брендов. Способы повышения стоимости и силы бренда.

Тема 3.2. Уникальность, растяжимость, узнаваемость, релевантность бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание параметров управления брендами, методы исследования динамики параметров, методология управления. Формирование навыков проведения исследования узнаваемости бренда.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практических занятий: Проведение пилотажного исследования, направленного на измерение узнаваемости бренда.

Форма практического задания: исследовательское задание, групповая дискуссия по исследовательскому заданию.

Содержание исследовательского задания:

Выбрать объект исследования, выбор способа фиксации узнаваемости бренда (слепое или наведенное), подготовка инструментария, проведение исследования (20 респондентов), обработка, выводы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
РАЗДЕЛ 1. Управление брендом в конкурентной среде	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. Стратегии управления брендом	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3. Ключевые показатели эффективности управления брендом	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Рассмотреть примеры различных платформ бренда в сегментах b2b и b2c.
2. Проанализировать примеры достижения конкурентного преимущества через снижение издержек
3. Проанализировать примеры достижения конкурентного преимущества посредством дифференциации товара
4. В чем специфика УТП и каковы способы поиска и формулирования УТП?
5. Какие стратегии управления брендом используют крупнейшие российские компании?

Контрольная работа к Разделу 1

Проанализируйте развитие на выбор известного бренда сегмента b2c с точки зрения основных этапов развития, используемых стратегий брендинга. Обратить внимание на изменение фирменного стиля, изменение целевых аудиторий, позиционирования.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие стратегии управления брендом
2. Примеры использования стратегии товарной категории
3. Примеры использования стратегии построения зонтичного бренда

4. Примеры использования стратегии ассортиментного бренда
5. Примеры использования стратегии ассортиментного брендирования
6. Примеры использования стратегии родового бренда

Перечень тем рефератов к Разделу 2

1. Специфика стратегий управления брендом
2. Специфические инструменты управления брендом
3. Этапы и эффекты управления брендом
4. Ребрендинг и рестайлинг как специфические инструменты управления брендом

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Стоимость бренда в международных системах рейтингования бренда.
2. Факторы силы бренда.
3. Методы исследования узнаваемости бренда
4. Методы исследования растяжимости бренда
5. Методы исследования уникальности бренда
6. Методы исследования релевантности бренда

Контрольная работа к Разделу 3

Проведение пилотажного исследования узнаваемости бренда

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного

текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми

актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (исследовательское задания, и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Управление брендом в конкурентной среде	Групповая дискуссия	Раскрыть следующие понятия и привести примеры из практики брендменеджмента: платформа бренда, концепция бренда, атрибуты бренда, этапы управления брендом, конкуренция брендов.
2	Раздел 2. Стратегии управления брендом	Контрольная работа	Опишите пять основных стратегий управления брендом, приведите примеры использования каждой стратегии.
3	Раздел 3. Ключевые показатели эффективности управления брендом	Контрольная работа	Опишите основные параметры эффективности управления брендом, выделите методы их исследования.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Современные стратегии бренд-менеджмента. Характеристики 2. Основные принципы и этапы бренд-менеджмента 3. Платформа бренда и его атрибуты 4. Понятие «эффективность брендинга»: сущность, составляющие эффективности 5. Поведенческие и экономические эффекты в брендинге 6. Показатели эффективности управления брендом 7. Дифференциация бренда как направление развития брендинга. Виды. Характеристика 8. Ребрендинг и рестайлинг как современные направления бренд-менеджмента: особенности использования 9. Сущность, функции и виды кобрендинга 10. Становление и развитие бренд-менеджмента в России 11. Становление и развитие бренд-менеджмента за рубежом 12. Взаимосвязь бренд-менеджмента и коммуникационного менеджмента. 13. Коммуникационная стратегия бренда Понятие стратегии управления брендом 14. Примеры использования стратегии товарной категории 15. Примеры использования стратегии построения зонтичного бренда 16. Примеры использования стратегии ассортиментного бренда 17. Примеры использования стратегии ассортиментного брендирования 18. Примеры использования стратегии родового бренда 19. Специфика стратегий управления брендом 20. Специфические инструменты управления брендом 21. Этапы и эффекты управления брендом 22. Ребрендинг и рестайлинг как специфические инструменты управления брендом 23. Стоимость бренда в международных системах рейтингования бренда. 24. Факторы силы бренда. 25. Методы исследования узнаваемости бренда 26. Методы исследования растяжимости бренда 27. Методы исследования уникальности бренда 28. Методы исследования релевантности бренда 29. Рассмотреть примеры различных платформ бренда в сегментах b2b и b2c. 30. Проанализировать примеры достижения конкурентного преимущества через снижение издержек 31. Проанализировать примеры достижения конкурентного преимущества посредством дифференциации товара 32. В чем специфика УТП и каковы способы поиска и формулирования УТП? 33. Какие стратегии управления брендом используют крупнейшие российские компании?

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.

Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536537

Шевченко, Д. А. Стратегический маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2024. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701347 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3744-5. – DOI 10.23681/701347. – Текст : электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544594

Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/511984

Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535831).

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае

служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими

средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **5**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **11**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11
3.2. Задания для самостоятельной работы 11
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 13
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **14**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 14
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 14
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 15
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 17
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 19
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **21**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 21
5.1.1. Основная литература 21
5.1.2. Дополнительная литература 21
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 23
5.4.1. Средства информационных технологий 23
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 23
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 23
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 24
5.6. Образовательные технологии 24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **25**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере корпоративной коммуникации с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. обеспечить формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Управление корпоративными коммуникациями»;

2. содействовать овладению навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;

3. обеспечить формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях корпоративной коммуникации в России и в международной практике;

4. способствовать приобретению навыков внедрения стандартов корпоративной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	*Знать: методику 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* *Уметь: анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования*
ПК-4 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной	ПК-4.1. Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК-4.2. Осуществляет реализацию коммуникационного продукта с учетом принципов открытости,	*Знать:* *принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в маркетинговой сфере* *Уметь:* *выстраивать свою*

ответственности	доверия и корпоративной социальной ответственности	*профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности*

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	108	108			
Лекционные занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	56	56			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	24	24			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	99	99			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт с оц.	Зачёт с оц.			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 4**			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**24**	**24**			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	16	16			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**188**	**188**			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт с оц.	Зачёт с оц.			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	*Лекционные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Практические занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Лабораторные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Консультации*	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 7)											
Раздел 1. Компания в диджитальной среде	32	16	16	4		8				4	
Тема 1.1. Взаимодействие компании с внешней средой	16	8	8	2		4				2	
Тема 1.2 Принципы управления корпоративными коммуникациями	16	8	8	2		4				2	
Раздел 2. Корпоративные мероприятия	32	16	16	4		8				4	
Тема 2.1. Виды корпоративных мероприятий	16	8	8	2		4				2	
Тема 2.2. Основные принципы организации	16	8	8	2		4				2	
Раздел 3. Кризисные коммуникации	34	16	18	4		10				4	
Тема 3.1 Причины кризисов к компании	18	8	10	2		6				2	
Тема 3.2 Основы антикризисных коммуникаций	16	8	8	2		4				2	
Раздел 4. Роль КСО к корпоративной коммуникации	34	16	18	4		10				4	
Тема 4.1 Становление проблематики КСО	18	8	10	2		6				2	
Тема 4.2 Основные принципы социально ответственной компании	16	8	8	2		4				2	
Раздел 5. Корпоративные издания	37	17	20	6		10				4	
Тема 5.1 Виды корпоративных изданий	21	9	12	4		6				2	
Тема 5.2 Основные принципы организации работы корпоративного издания	16	8	8	2		4				2	
Раздел 6.	38	18	20	6		10				4	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Внутрикорпоративная коммуникация											
Тема 6.1 Немедийные коммуникации в компании	21	9	12	4		6				2	
Тема 6.2 Мессенджеры и коммьюнити	17	9	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Общий объем, часов	**216**	**99**	**108**	**28**		**56**				**24**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 сессии 3-4)											
Раздел 1. Компания в диджитальной среде	**35**	**31**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Взаимодействие компании с внешней средой	**18**	16	**2**	2							
Тема 1.2 Принципы управления корпоративными коммуникациями	**17**	15	**2**			2					
Раздел 2. Корпоративные мероприятия	**35**	**31**	**4**	**2**		**2**					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 2.1. Виды корпоративных мероприятий	**18**	16	**2**	2							
Тема 2.2. Основные принципы организации	**17**	15	**2**			2					
Раздел 3. Кризисные коммуникации	**33**	**31**	**2**			**2**					
Тема 3.1 Причины кризисов к компании	**18**	16	**2**			2					
Тема 3.2 Основы антикризисных коммуникаций	**15**	15	**0**								
Раздел 4. Роль КСО к корпоративной коммуникации	**33**	**31**	**2**			**2**					
Тема 4.1 Становление проблематики КСО	**16**	16	**0**								
Тема 4.2 Основные принципы социально ответственной компании	**17**	15	**2**			2					
Раздел 5. Корпоративные издания	**38**	**32**	**6**	**2**		**4**					
Тема 5.1 Виды корпоративных изданий	**20**	16	**4**	2		2					
Тема 5.2 Основные принципы организации работы корпоративного издания	**18**	16	**2**			2					
Раздел 6. Внутрикорпоративная коммуникация	**38**	**32**	**6**	**2**		**4**					
Тема 6.1 Немедийные коммуникации в компании	**20**	16	**4**	2		2					
Тема 6.2 Мессенджеры и коммьюнити	**18**	16	**2**			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	4										
Общий объем, часов	**216**	**188**	**24**	**8**		**16**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Компания в диджитальной среде
Тема 1.1. Взаимодействие компании с внешней средой
Перечень изучаемых элементов содержания
Преимущества сети Интернет. Отношения со СМИ посредством Интернета. Промоушн в Интернете. Интернет в кризисных ситуациях. Интернет как СМИ. Материалы для Интернета.
Тема 1.2 Принципы управления корпоративными коммуникациями
Перечень изучаемых элементов содержания
Корпоративные интернет-ресурсы, их структура, характеристики, место и роль в системе общественных связей. Структурные, содержательные, функциональные особенности различных видов корпоративных интернет-ресурсов, таких как: интранет, интернет и экстранет-сайты, электронная почта, блог, подкаст, особенности гипертекстов корпоративных интернет-ресурсов.
Задания к практическим занятиям раздела 1
Тема практических занятий: Компания в диджитальной среде
Форма практического задания: решение кейса, дискуссия по выполненному заданию
Содержание кейса:
Подготовить сводную таблицу и аналитическую записку по всем цифровым каналам коммуникации компании на выбор.
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
Форма рубежного контроля: реферат, кейс-задание

Раздел 2. Корпоративные мероприятия
Тема 2.1. Виды корпоративных мероприятий
Перечень изучаемых элементов содержания
Форматы присутствия в СМИ. Информационный повод. Новость и информация. Принципы взаимодействия со СМИ. Ценность паблисити.
Тема 2.2. Основные принципы организации
Перечень изучаемых элементов содержания
Организация событий для масс-медиа (пресс-конференция, пресс-тур). База журналистов. Медиа-карта. Техническое оснащение пресс-службы. Виды и форматы мероприятий.
Задания к практическим занятиям раздела 2
Тема практических занятий: Корпоративные мероприятия
Форма практического задания: решение кейса, дискуссия по выполненному заданию
Содержание кейса:
Подготовить базу приоритетных для компании (на выбор) СМИ. Выбрать рубрики для упоминания.
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
Форма рубежного контроля: реферат, кейс-задание

Раздел 3. Кризисные коммуникации
Тема 3.1 Причины кризисов к компании
Перечень изучаемых элементов содержания
Понятие «кризис», «кризисная ситуация». Причины кризисов. Типология кризисов. Ошибки в кризисных коммуникациях.
Тема 3.2 Основы антикризисных коммуникаций
Перечень изучаемых элементов содержания
Антикризисные коммуникационные стратегии. Алгоритм поведения компании в кризисной ситуации. Базовые принципы антикризисных коммуникаций. Основные виды коммуникационных инструментов при управлении кризисной ситуации. Цветовая шкала кризисов.
Задания к практическим занятиям раздела 3
Тема практических занятий: Кризисные коммуникации
Форма практического задания: решение кейса, дискуссия по выполненному заданию
Содержание кейса:

Составить сводную таблицу примеров кризисных кейсов в компаниях по а) цветовой шкале, б) по выбранной стратегии

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля: реферат, кейс-задание

Раздел 4. Роль КСО к корпоративной коммуникации

Тема 4.1 Становление проблематики КСО

Перечень изучаемых элементов содержания

История становления КСО. Базовые принципы КСО. Цели и задачи КСО.

Тема 4.2 Основные принципы социально-ответственной компании

Перечень изучаемых элементов содержания

Международный опыт социально ответственных компаний. Гринвошинг. Основные направления и виды КСО.

Задания к практическим занятиям раздела 4

Тема практических занятий: Роль КСО к корпоративной коммуникации

Форма практического задания: решение кейса, дискуссия по выполненному заданию

Содержание кейса:

Провести анализ (по доступным источникам) практики действий российских компаний в области социальной ответственности, которая оказывает экономическое и социальное влияние на благополучие местных сообществ.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля: реферат, кейс-задание

Раздел 5. Корпоративные издания

Тема 5.1 Виды корпоративных изданий

Перечень изучаемых элементов содержания

Границы понятия «корпоративное СМИ». Понятие «деловая журналистика». История вопроса. Типология корпоративных СМИ.

Тема 5.2 Основные принципы организации работы корпоративного издания

Перечень изучаемых элементов содержания

Функции корпоративных СМИ. Рынок корпоративных СМИ в России.

Задания к практическим занятиям раздела 5

Тема практических занятий: Корпоративные издания

Форма практического задания: решение кейса, дискуссия по выполненному заданию

Содержание кейса:

Составить сводную таблицу примеров корпоративных СМИ выбранных компаний. Составить аналитическую записку к таблице.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

Форма рубежного контроля: реферат, кейс-задание

Раздел 6. Внутрикорпоративная коммуникация

Тема 6.1 Немедийные коммуникации в компании

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие внутренних коммуникаций. Внутренние коммуникации в структуре компании. Роль внутренних коммуникаций.

Тема 6.2 Мессенджеры и коммьюнити

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные инструменты внутренних коммуникаций. Критерии эффективности внутренних коммуникаций.

Задания к практическим занятиям раздела 6

Тема практических занятий: Внутрикорпоративная коммуникация

Форма практического задания: решение кейса, дискуссия по выполненному заданию

Содержание кейса:

Разработайте концепцию и рубрикатор внутрикорпоративного радио.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

Форма рубежного контроля: реферат, кейс-задание

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Компания в диджитальной среде	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Корпоративные мероприятия	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Кризисные коммуникации	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 4. Роль КСО к корпоративной коммуникации	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 5. Корпоративные издания	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 6. Внутрикорпоративная коммуникация	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Какой главный принцип взаимодействия компании с внешней средой?
2. Кто такие амбассадоры бренда?
3. Где начинается и где заканчивается внешняя среда организации
4. Корпоративные коммуникации – искусство или наука?
5. Зачем управлять корпоративными коммуникациями?

Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

1. Преимущества сети Интернет.
2. Отношения со СМИ посредством Интернета.
3. Промоушн в Интернете.
4. Интернет в кризисных ситуациях.
5. Интернет как СМИ. Материалы для Интернета.
6. Корпоративные интернет-ресурсы, их структура, характеристики, место и роль в системе общественных связей.

7. Структурные, содержательные, функциональные особенности различных видов корпоративных интернет-ресурсов, таких как: интранет, интернет и экстранет-сайты, электронная почта, блог, подкаст, особенности гипертекстов корпоративных интернет-ресурсов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Виды корпоративных мероприятий
2. Типы корпоративных мероприятий
3. Форматы корпоративных мероприятий
4. Сроки корпоративных мероприятий

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Форматы присутствия в СМИ.
2. Информационный повод. Новость и информация.
3. Принципы взаимодействия со СМИ.
4. Ценность паблисити.
5. Организация событий для масс-медиа (пресс-конференция, пресс-тур).
6. База журналистов. Медиа-карта.
7. Техническое оснащение пресс-службы.
8. Виды и форматы мероприятий.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Корпорация как гражданин и как конкурент
2. Ошибки неэффективного руководителя
3. Развиваем харизматические качества
4. Каков ваш стиль разрешения конфликтных ситуаций?

Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:

1. Понятие «кризис», «кризисная ситуация».
2. Причины кризисов.
3. Типология кризисов.
4. Ошибки в кризисных коммуникациях.
5. Антикризисные коммуникационные стратегии.
6. Алгоритм поведения компании в кризисной ситуации.
7. Базовые принципы антикризисных коммуникаций.
8. Основные виды коммуникационных инструментов при управлении кризисной ситуации. Цветовая шкала кризисов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Направления и механизмы реализации
2. Отчетность о КСО
3. Стандарты и инициативы КСО

Перечень тем контрольных работ к Разделу 4:

1. История становления КСО.
2. Базовые принципы КСО.
3. Цели и задачи КСО.
4. Международный опыт социально ответственных компаний.
5. Гринвошинг.
6. Основные направления и виды КСО.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5

1. От чего зависит выбор формата корпоративного СМИ?

2. Какие есть целевые аудитории у корпоративных СМИ?
3. Конвергентные корпоративные медиа

Перечень тем контрольных работ к Разделу 5:

1. Границы понятия «корпоративное СМИ».
2. Понятие «деловая журналистика».
3. История вопроса.
4. Типология корпоративных СМИ.
5. Функции корпоративных СМИ.
6. Рынок корпоративных СМИ в России.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6

1. Виды внутренних коммуникаций.
2. Система внутренних коммуникаций
3. Корпоративная база данных (библиотека)

Перечень тем контрольных работ к Разделу 6:

1. Понятие внутренних коммуникаций.
2. Внутренние коммуникации в структуре компании.
3. Роль внутренних коммуникаций.
4. Основные инструменты внутренних коммуникаций.
5. Критерии эффективности внутренних коммуникаций.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может

быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт с оц.,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося.

Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (кейсы и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для зачета с оценкой.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Компания в диджитальной среде	реферат	Ожидания контактных групп из рыночной и социальной среды компании. Международные стандарты КСО Отечественные практики КСО Бренды как современные социальные мифы. Этапы эффективного брендинга. Система взаимоподдержки брендов в бизнесе и политике. Бренды товаров, организаций, регионов, стран, персональные бренды.
		кейс-задание	Подготовить аналитическую записку с выбором наиболее и наименее подходящих каналов коммуникации для компании (на выбор)
2	Раздел 2. Корпоративные мероприятия	реферат	Государственная политика в области СМК в Российской Федерации. Формы владения СМК. Влияние форм собственности на функционирование СМК. Экономические, политические и правовые условия реализации свободы слова и информации в России. Жанры политической журналистики. Критерии выбора публикаций: приоритетность, неординарность, новизна, политический и иной успех, высокий общественный статус действующих лиц. Этапы эффективного управления новостями.
		кейс-задание	Сформулировать идею инфоповода. Подготовить концепцию мероприятия. Написать пресс-релиз.
3	Раздел 3. Кризисные коммуникации	реферат	Зарубежный опыт организации лоббистской деятельности. Отечественная практика лоббизма. Перспективы правового упорядочения лоббизма в РФ.
		кейс-задание	Изучите 10 официальных заявлений разных компаний. Выделите и опишите общее и особенное в структуре заявлений.
4	Раздел 4. Роль КСО к корпоративной коммуникации	реферат	Требования к организации и обеспечению текущего приема. Место и время текущего приема. Приемный офис. Представительский прием. Этапы подготовки и проведения.
		кейс-задание	Покажите на конкретном примере, что социальная активность способна повысить узнаваемость продукта и компании. Приведите доказательства: цитаты, статистику, общественный резонанс…
5	Раздел 5. Корпоративны	реферат	Социальные функции современного бизнеса Зарубежный и отечественный опыт КСО.

	е издания		Социальный аудит и гуманитарная экспертиза.
		кейс-задание	Разработать концепцию корпоративного СМИ для компании (на выбор)
6	Раздел 6. Внутрикорпоративная коммуникация	реферат	Коммуникативные технологии обеспечения внутренних коммуникаций. Возможности Интранета. Разработка смет на обеспечение внешнего облика работников, представительские расходы.
		кейс-задание	Разработайте концепцию еженедельной корпоративной рассылки. Предложите квартальный контент-план.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Предмет и объект коммуникационного менеджмента. 2. Основные типы коммуникации. 3. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная полити ка организации. 4. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности. 5. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента. 6. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. 7. Обратная связь в коммуникации. 8. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части ком-муникационной среды. 9. Коммуникативное пространство. 10. Организация управления коммуникативным пространством. 11. Коммуникативная структура организации. 12. Виды, формы и стили общения коммуникатора. 13. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте. 14. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных 15. органах государственной власти. 16. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации. 17. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации. 18. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте. 19. Формальные и неформальные коммуникации. 20. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров. 21. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях. 22. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура. 23. Понятие и виды коммуникационных барьеров. 24. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации. 25. Социальные, психологические, этические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров. 26. Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте. 27. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента. 28. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом. 29. Коммуникационный менеджмент и взаимодействие с целевыми аудиториями: инвесторами, акционерами, потребителями, конкурентами. 30. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации. 31. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности коммуникационного менеджмента при повышении квалификации, увольнении сотрудников.

ПК-4	1. Зарубежный опыт управления персоналом 2. Стимулирование менеджеров высшего звена 3. Типовые модели поведения менеджера 4. Глобальные изменения и причины появления феномена современной коммуникации 5. Корпоративная коммуникация: происхождение термина, задачи, истоки 6. О роли нематериальных активов в управлении компанией 7. Культура делового общения 8. Эффективное управление персоналом 9. Структура управление персоналом 10. Природа организационного лидерства 11. Корпоративное гражданство и КСО 12. Россия на пути к КСО 13. Зарубежные практики КСО 14. КСО и конкурентноспособность 15. Геймификация в управлении персоналом 16. Каналы внутренних коммуникаций 17. Структура корпоративных коммуникаций 18. Коммуникация как процесс 19. Программы признания заслуг – зарубежный опыт 20. Внутрикорпоративные коммуникационные риски 21. Компания и ее ЦА 22. ЦА и каналы выхода на ЦА 23. Кодексы профессионального поведения 24. Проблемы оценки эффективности корпоративных коммуникаций 25. Концепция и практики стратегического менеджмента. 26. Виды и типы бизнес-стратегий. 27. Эволюция технологии менеджмента 28. Коммуникативные особенности массового информационного общества, новые формы бизнеса и занятости. 29. Социальный, человеческий капиталы и publicity, сетевая рента. 30. Роль коммуникации в формировании и развитии компании. 31. Виды и типы корпоративных коммуникаций. 32. Требования к коммуникативной компетентности современного руководителя. 33. Социальная среда бизнеса. Контактные и целевые группы, их имиджевые, 34. репутационные и партнерские ожидания. 35. Основные стадии позиционирования бизнеса в обществе. 36. Изучение и формирование общественного мнения. 37. Институт корпоративной социальной ответственности (КСО). Международные стандарты КСО 38. Природа корпоративного имиджа и репутации, роль общественного мнения в их формировании и развитии. 39. Брендинг как коммуникативная технология. Разделение и взаимодополнение функций рекламы и PR в брендинге. 40. Бренд-интегрированный менеджмент и работа с персоналом. 41. Методы оценки нематериальных активов и репутационный менеджмент. 42. Работа с медиа. Виды СМИ: пресса, электронные СМИ (радио, ТВ, информационные агентства, интернет, социальные сети). 43. Форматы распространения информации. 44. Разработка медиа-карты. 45. Работа со СМИ в чрезвычайной (кризисной, скандальной) ситуации. 46. Новостной менеджмент. 47. Работа с органами власти (GR) 48. Специальные события и социальные мероприятия 49. Межличностные контакты 50. Социальные инвестиции и социальное партнерство: содержание и основные 51. направления. 52. Коммуникативные технологии КСО. Спонсорство, патронаж и благотворительность, 53. их правовое оформление. 54. Управление развитием корпоративных коммуникаций, методы оценки их

	55. эффективности

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3742-1. – DOI 10.23681/701345. – Текст : электронный.

Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/542098

Организационная культура : учебник и практикум для вузов / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 306 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01440-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/53620 8

5.1.2. Дополнительная литература

Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для вузов / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17979-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536250

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/540748

Шевченко, Д. А.Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным	http://biblioclub.ru/

		материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту с оценкой. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических	https://eivis.ru/

		изданий	

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) БРЕНДИНГ И РЕБРЕНДИНГ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **5**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **12**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 12
3.2. Задания для самостоятельной работы 12
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 14
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **15**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 15
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 15
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 15
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 16
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 18
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 19
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **21**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 21
5.1.1. Основная литература 21
5.1.2. Дополнительная литература 21
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 22
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 23
5.4.1. Средства информационных технологий 23
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 23
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 24
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 24
5.6. Образовательные технологии 24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **26**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Брендинг и ребрендинг» заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере технологий брендинга и управлении брендом с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины(модуля):

- обеспечить изучение студентами видов брендов, характеристик и атрибутов брендов, процесс создания бренда.
- обеспечить изучение студентами способов управления брендами и стратегии брендинга.
- содействовать овладению навыками разработки концепций товарных брендов.
- содействовать овладению навыками создавать основные элементы фирменного стиля.
- содействовать овладению навыками разработки брендбука организации.
- обеспечить изучение студентами причин и процесса ребренгина.
- содействовать овладению навыками теологий ребренбигга.
- формировать мотивацию приобретения первичных навыков персонального брендинга.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: методику 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 Уметь: анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	108	108			
Лекционные занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	56	56			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	24	24			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	90	90			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	24	24			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	16	16			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	183	183			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**стоятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 7)											
Раздел 1. Основы брендинга	31	15	16	4		8				4	
Тема 1.1. Значение и сущность брендинга	15	7	8	2		4				2	
Тема 1.2. Характеристики, виды и создание брендов	16	8	8	2		4				2	
Раздел 2. Фирменный стиль и брендбук	31	15	16	4		8				4	
Тема 2.1. Фирменный стиль как основа атрибутики бренда	15	7	8	2		4				2	
Тема 2.2. Содержание и разработка брендбука	16	8	8	2		4				2	
Раздел 3. Отраслевая специфика брендинга	33	15	18	4		10				4	
Тема 3.1. Брендинг в сфере услуг	17	7	10	2		6				2	
Тема 3.2. Брендинг на деловом рынке	16	8	8	2		4				2	
Раздел 4. Персональный брендинг	33	15	18	4		10				4	
Тема 4.1. Специфика персонального брендинга и создание личного бренда	17	7	10	2		6				2	
Тема 4.2. Сторителлинг как инструмент персонального брендинга	16	8	8	2		4				2	
Раздел 5. Бренд-менеджмент	35	15	20	6		10				4	
Тема 5.1. Сущность бренд-менеджмента. Стратегии брендинга	19	7	12	4		6				2	
Тема 5.2. Продвижение и коллаборация брендов	16	8	8	2		4				2	
Раздел 6. Ребрендинг и рестайлинг	35	15	20	6		10				4	
Тема 6.1. Ребрендинг	19	7	12	4		6				2	
Тема 6.2. Рестайлинг	16	8	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18										
Общий объем, часов	**216**	**90**	**108**	**28**		**56**				**24**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	*Лекционные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Практические занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Лабораторные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Консультации*	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 семестр 3-4)											
Раздел 1. Основы брендинга	**34**	30	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Значение и сущность брендинга	**17**	15	**2**	2							
Тема 1.2. Характеристики, виды и создание брендов	**17**	15	**2**			2					
Раздел 2. Фирменный стиль и брендбук	**34**	30	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Фирменный стиль как основа атрибутики бренда	**17**	15	**2**	2							
Тема 2.2. Содержание и разработка брендбука	**17**	15	**2**			2					
Раздел 3. Отраслевая специфика брендинга	**32**	30	**2**			**2**					
Тема 3.1. Брендинг в сфере услуг	**17**	15	**2**			2					
Тема 3.2. Брендинг на деловом рынке	**15**	15	**0**								
Раздел 4. Персональный брендинг	**32**	30	**2**			**2**					
Тема 4.1. Специфика персонального брендинга и создание личного бренда	**15**	15	**0**								
Тема 4.2. Сторителлинг как инструмент персонального брендинга	**17**	15	**2**			2					
Раздел 5. Бренд-менеджмент	**37**	31	**6**	**2**		**4**					
Тема 5.1. Сущность бренд-менеджмента. Стратегии брендинга	**19**	15	**4**	2		2					
Тема 5.2. Продвижение и коллаборация брендов	**18**	16	**2**			2					
Раздел 6. Ребрендинг и рестайлинг	**38**	32	**6**	**2**		**4**					
Тема 6.1. Ребрендинг	**20**	16	**4**	2		2					
Тема 6.2. Рестайлинг	**18**	16	**2**			2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	*Лекционные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Практические занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Лабораторные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Консультации*	*из них: в форме практической подготовки*
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**216**	**183**	**24**	**8**		**16**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ БРЕНДИНГА

Тема 1.1. Значение и сущность брендинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие, задачи и функции брендинга.
Торговая марка и бренд, их различия.
Ценностный компонент бренда.
Эмоциональный компонент бренда.
Возникновение и развитие брендинга.

Тема 1.2. Характеристики, виды и создание брендов

Перечень изучаемых элементов содержания

Качественные характеристики брендов.
Количественные характеристики брендов.
Классификация брендов.
Процесс создания бренда.
Основные правила брендинга.
Формирование лояльности потребителей к бренду.

Задания к практическим занятиям раздела 1.

Тема практического занятия 1.1.: Значение и сущность брендинга

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Понятия «торговая марка» и «бренд», различия между ними.
2. Брендинг как инструмент идентификации компании.
3. Брендинг товаров и брендинг организаций.
4. Эволюция брендинга в зарубежных странах.

Тема практического занятия 1.2.: Характеристики, виды и создание брендов

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Развитие брендинга в России.
2. Качественные и количественные характеристики брендов.
3. Виды брендов.

4. Научные подходы к процессу создания бренда.
5. Программы лояльности потребителей к бренду.

Рубежный контроль к разделу 1.
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ И БРЕНДБУК

Тема 2.1. Фирменный стиль как основа атрибутики бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие, значение и сфера применения фирменного стиля.
Элементы фирменного стиля как атрибуты бренда.
Процесс разработки фирменного стиля.
Создание товарных знаков, логотипов и фирменных блоков.
Создание рекламных слоганов.
Выбор фирменных цветов.
Применение фирменного шрифта и формата верстки текста.

Тема 2.2. Содержание и разработка брендбука

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и значение брендбука.
Виды брендбуков.
Структура и содержание брендбука.
Процесс разработки брендбука.

Задания к практическим занятиям раздела 2.

Тема практического занятия 2.1.: Фирменный стиль как основа атрибутики бренда

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Сфера применения и носители фирменного стиля.
2. Элементы фирменного стиля и их роль в брендинге.
3. Разработка фирменного стиля.
4. Понятия «товарный знак» и «логотип», различия между ними.
5. Требования, предъявляемые к товарным знакам и логотипам.

Тема практического занятия 2.2.: Содержание и разработка брендбука

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Классификация товарных знаков.
2. Приемы создания рекламных слоганов.
3. Семантика графических форм и их применение в фирменном стиле.
4. Психологическое воздействие и применение цветов в фирменном стиле.
5. Типы шрифтов и их применение в фирменном стиле.

Рубежный контроль к разделу 2.
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. ОТРАСЛЕВАЯ СПЕЦИФИКА БРЕНДИНГА

Тема 3.1. Брендинг в сфере услуг

Перечень изучаемых элементов содержания

Отличительные характеристики услуг.
Специфика брендинга исполнителей услуг.
Ценностный компонент бренда в сфере услуг.
Повышение осязаемости бренда услуг.

Тема 3.2. Брендинг на деловом рынке

Перечень изучаемых элементов содержания

Субъекты и особенности делового рынка.

Специфика брендинга на деловом рынке.
Качественные характеристики брендов фирм-производителей.
Качественные характеристики брендов торговых посредников.
Задания к практическим занятиям раздела 3.
Тема практического занятия 3.1.: Брендинг в сфере услуг
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы
Темы контрольных:
1. Особенности брендинга в сфере услуг.
2. Качественные характеристики бренда услуг.
3. Оценка брендов коммерческих банков.
4. Оценка брендов высших учебных заведений.
5. Особенности брендинга на деловом рынке.

Тема практического занятия 3.2.: Брендинг на деловом рынке
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы
Темы контрольных:
1. Восприятие брендов с точки зрения бизнеса.
2. Оценка брендов производителей косметики.
3. Оценка брендов розничных торговых сетей.

Рубежный контроль к разделу 3.
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 4. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ
Тема 4.1. Специфика персонального брендинга и создание личного бренда
Перечень изучаемых элементов содержания
Значение и специфика персонального брендинга.
Личность человека как бренд.
Характеристики и атрибуты личных брендов.
Создание личного бренда.
Тема 4.2. Сторителлинг как инструмент персонального брендинга
Перечень изучаемых элементов содержания
Понятие и значение сторителлинга.
Жанры сторителлинга.
Принципы сторителлинга.
Структура повествования.
Задания к практическим занятиям раздела 4.
Тема практического занятия 4.1.: Специфика персонального брендинга и создание личного бренда
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы
Темы контрольных:
1. Сфера применения персонального брендинга.
2. Составные элементы имиджа личного бренда.
3. Популярные в России бренды личностей (на примерах).

Тема практического занятия 4.2.: Сторителлинг как инструмент персонального брендинга
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы
Темы контрольных:
1. Жанры и тематика историй в сторителлинге.
2. Назначение сторителлинга в персональном брендинге.
3. Этапы внедрения сторителлинга в персональный брендинг.

Рубежный контроль к разделу 4.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 5. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 5.1. Сущность бренд-менеджмента. Стратегии брендинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие, задачи и функции бренд-менеджмента.

Способы управления брендами.

Стратегии брендинга.

Формы использования и передачи брендов: франчайзинг, аутсорсинг, лицензирование.

Тема 5.2. Продвижение и коллаборация брендов

Перечень изучаемых элементов содержания

Продвижение бренда посредством основных маркетинговых коммуникаций.

Продвижение бренда посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Продвижение бренда в Интернете.

Коллаборация брендов.

Задания к практическим занятиям раздела 5.

Тема практического занятия 5.1.: Сущность бренд-менеджмента. Стратегии брендинга

Форма практического задания: контрольная работа

Темы контрольных:

1. Организация бренд-менеджмента в компании.
2. Стратегии выхода бренда на международный рынок.
3. Франчайзинг брендов.
4. Реклама и связи с общественностью как основные маркетинговые коммуникации для продвижения брендов.

Тема практического занятия 5.2.: Продвижение и коллаборация брендов

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Продвижение брендов на выставках и эвент-мероприятиях.
2. Продвижение брендов с помощью SMM.
3. Преимущества и недостатки коллаборации брендов.
4. Зарубежный опыт коллаборации брендов.
5. Российский опыт коллаборации брендов.

Рубежный контроль к разделу 5.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 6. РЕБРЕНДИНГ И РЕСТАЙЛИНГ

Тема 6.1. Ребрендинг

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и задачи ребрендинга.

Причины ребрендинга.

Виды ребрендинга.

Процесс ребрендинга.

Тема 6.2. Рестайлинг

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и место рестайлинга фирменного стиля в процессе ребрендинга.

Причины рестайлинга.

Виды рестайлинга.

Задания к практическим занятиям раздела 6.

Тема практического занятия 6.1.: Ребрендинг

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Определение необходимости и выбор вида ребрендинга.
2. Репозиционирование товара и изменение бренда.
3. Зарубежный опыт успешного ребрендинга.
4. Российский опыт успешного ребрендинга

Тема практического занятия 6.2.: Рестайлинг

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Принятие решения о рестайлинге фирменного стиля.
2. Рестайлинг визуальной атрибутики бренда.
3. Ренейминг.

Рубежный контроль к разделу 6.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Основы брендинга	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Фирменный стиль и брендбук	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Отраслевая специфика брендинга	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 4. Персональный брендинг	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 5. Бренд-менеджмент	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 6. Ребрендинг и рестайлинг	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Понятия «торговая марка» и «бренд», различия между ними.
2. Брендинг как инструмент идентификации компании.
3. Брендинг товаров и брендинг организаций.
4. Эволюция брендинга в зарубежных странах.
5. Развитие брендинга в России.

Темы контрольных работ к Разделу 1:

1. Качественные и количественные характеристики брендов. (5 примеров)
2. Виды брендов. (5 примеров)

3. Научные подходы к процессу создания бренда. (5 примеров)
4. Программы лояльности потребителей к бренду. (5 примеров)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Сфера применения и носители фирменного стиля.
2. Элементы фирменного стиля и их роль в брендинге.
3. Разработка фирменного стиля.
4. Понятия «товарный знак» и «логотип», различия между ними.
5. Требования, предъявляемые к товарным знакам и логотипам.
6. Классификация товарных знаков.
7. Приемы создания рекламных слоганов.

Темы контрольных работ к Разделу 2:

1. Семантика графических форм и их применение в фирменном стиле.
2. Психологическое воздействие и применение цветов в фирменном стиле.
3. Типы шрифтов и их применение в фирменном стиле.
4. Понятие и значение брендбука в современном бизнесе.
5. Виды и содержание брендбуков.
6. Особенности брендбуков торговых марок и организаций.
7. Разработка брендбука.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Особенности брендинга в сфере услуг.
2. Качественные характеристики бренда услуг.
3. Оценка брендов коммерческих банков.
4. Оценка брендов высших учебных заведений.
5. Особенности брендинга на деловом рынке.

Темы контрольных работ к Разделу 3:

1. Восприятие брендов с точки зрения бизнеса. (5 примеров)
2. Оценка брендов производителей косметики. (5 примеров)
3. Оценка брендов розничных торговых сетей. (5 примеров)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Сфера применения персонального брендинга.
2. Составные элементы имиджа личного бренда.
3. Популярные в России бренды личностей (на примерах).
4. Жанры и тематика историй в сторителлинге.
5. Назначение сторителлинга в персональном брендинге.
6. Этапы внедрения сторителлинга в персональный брендинг.

Темы контрольных работ к Разделу 4:

1. Приведите примеры использования жанров в сторитейлинге на примере 5 историй
2. Приведите пример использования брендов в сторитейлинге (5 примеров)
3. Приведите примеры ребренбинга по средствам сторитейлинга (5 примеров)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5:

1. Организация бренд-менеджмента в компании.
2. Стратегии выхода бренда на международный рынок.
3. Франчайзинг брендов.
4. Реклама и связи с общественностью как основные маркетинговые коммуникации для продвижения брендов.
5. Продвижение брендов на выставках и эвент-мероприятиях.

Темы контрольных работ к Разделу 5:

1. Продвижение брендов с помощью SMM. (5 примеров)
2. Преимущества и недостатки коллаборации брендов. (5 примеров)
3. Зарубежный опыт коллаборации брендов. (5 примеров)
4. Российский опыт коллаборации брендов. (5 примеров)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6:

1. Определение необходимости и выбор вида ребрендинга.
2. Репозиционирование товара и изменение бренда.
3. Зарубежный опыт успешного ребрендинга.
4. Российский опыт успешного ребрендинга.
5. Принятие решения о рестайлинге фирменного стиля.
6. Рестайлинг визуальной атрибутики бренда.
7. Ренейминг.

Темы контрольных работ к Разделу 6:

1. Проанализируйте и приведите примеры ребрендинга территорий (5 примеров)
2. Опишите примеры ребрендинга Товаров (5 примеров)
3. Опишите примеры ребрендинга Услуг (5 примеров)

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы брендинга	Контрольная работа	Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке.
2	Раздел 2. Фирменный стиль и брендбук	Контрольная работа	Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак». Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов.
3	Раздел 3. Отраслевая специфика брендинга	Контрольная работа	Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда Разработка имени бренда: основные принципы и методы
4	Раздел 4. Персональный брендинг	Контрольная работа	Разработка визуальной идентичности бренда. Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории.
5	Раздел 5. Бренд-менеджмент	Контрольная работа	Описание основных атрибутов бренда (на конкретном примере). Создание анатомии бренда(на конкретном примере).. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда (на конкретном примере)
6	Раздел 6. Ребрендинг и рестайлинг	Контрольная работа	Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем. (на конкретном примере) Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок. (на конкретном примере) Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда». (на конкретном примере)

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Значение и сущность брендинга. 2. Характеристики, виды и создание брендов. 3. Фирменный стиль как основа атрибутики бренда. 4. Содержание и разработка брендбука. 5. Сущность бренд-менеджмента. Стратегии брендинга. 6. Продвижение и коллаборация брендов. 7. Брендинг в сфере услуг. 8. Брендинг на деловом рынке. 9. Специфика персонального брендинга и создание личного бренда. 10. Сторителлинг как инструмент персонального брендинга. 11. Ребрендинг. 12. Рестайлинг. 13. Бренд-менеджмент как специфическая функция современно-го управления: методы и принципы управления брендами. 14. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика. 15. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке. 16. Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции. 17. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак». 18. Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов. 19. Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей. 20. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда 21. Разработка имени бренда: основные принципы и методы. 22. Разработка визуальной идентичности бренда. 23. Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру. 24. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории. 25. Описание основных атрибутов бренда. 26. Создание анатомии бренда. 27. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда. 28. Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем. 29. Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок. 30. Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда». 31. Создание концепции бренда и концепции продукта. 32. Концепция позиционирования. Формула позиционирования. 33. Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда. 34. Принципы позиционирования брендов. 35. Методы измерения степени приверженности к бренду.

	36. Изучение развития бренда на рынке: модели и методы эконо-мического прогнозирования. 37. Создание архитектуры бренда. 38. Основные стратегии (уровни) брендинга. Корпоративные бренды. Дом брендов. Брендовый дом. 39. Стратегическое расширение брендов. Достоинства и недостатки расширения бренда. 40. Стратегическое развитие портфеля брендов: принципы и стра-тегические направления. Ценовой фактор в стратегическом расширении брендов. 41. Формирование структуры брендового портфеля: разработка ар-хитектуры брендов, развитие суббрендов. 42. Оптимизация портфеля брендов. 43. Анализ стратегических возможностей брендов: стратегические роли брендов в портфеле. 44. Разработка коммуникационной стратегии бренда. 45. Интегрированные бренд-коммуникации: понятие, принципы реализации. 46. PR-продвижение бренда 47. Рекламные коммуникации по продвижению бренда. 48. Мероприятия и коммуникации бренда: планирование и контроль. 49. Стимулирование продаж и прямой маркетинг в формировании лояльности к брендам: принципы, методы и формы. Развитие программ лояльности. 50. Развитие имиджа бренда методами рекламы и PR: основные инструменты, их виды и особенности. 51. Оценка эффективности марочных коммуникаций при продвижении бренда 52. Активы бренда, их состав и структура. 53. Капитал бренда, основные источники и элементы марочного капитала. 54. Оценка стоимости брендов: основные методы и их характеристика. 55. Методология оценки стоимости бренда компании Interbrand 56. Методология оценки стоимости бренда компании Brand Finance. 57. Аудит бренда. 58. Понятие «ребрендинг», факторы перепозиционирования и возможные направления ребрендинга. 59. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации. 60. Понятия товарного и корпоративного брендинга. 61. Понятие, структура и формальные признаки бренда. 62. Бренд как маркетинговое понятие. 63. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда. 64. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда 65. Атрибуты бренда. 66. Содержание бренда как коммуникационный процесс. 67. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем. 68. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое. 69. Бренд как социальный миф о товаре. 70. Социально-психологические аспекты брендинга. 71. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения. 72. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.

	73. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда. 74. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций. 75. Разработка идентичности бренда. 76. Психологические методы при разработке бренда. 77. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ». 78. Разработка атрибутов бренда. 79. Способы образования и этапы создания имени бренда. 80. Упаковка как важнейший атрибут бренда. 81. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга. 82. Способы анализа лояльности бренду. 83. Программа формирования лояльности. 84. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда. 85. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями. 86. Стратегические задачи управления брендом. 87. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития. 88. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда. 89. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания. 90. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования. 91. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности. 92. Совместный брендинг, условия его эффективности. 93. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности. 94. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда. 95. Перепозиционирование (ребрегндинг) в процессе управления брендом. 96. Преимущества и недостатки расширения бренда. 97. Индивидуальность бренда. 98. Содержательные характеристики бренда.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.

Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/53653 7

Шевченко, Д. А. Стратегический маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2024. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701347). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3744-5. – DOI 10.23681/701347. – Текст : электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Овсянников, А. А. Стратегический и операционный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

17732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/545089

2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/511984

3. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/53583 1

4. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/510075

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;

- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE

2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной

информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **5**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **15**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 15
3.2. Задания для самостоятельной работы 15
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 19
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **20**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 20
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 20
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 20
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 21
4.5. Оценочные материалы для проведения текущго и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 23
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 26
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **35**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 35
5.1.1. Основная литература 35
5.1.2. Дополнительная литература 35
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 35
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 36
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 37
5.4.1. Средства информационных технологий 37
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 37
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 37
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 37
5.6. Образовательные технологии 38
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **39**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере исследования коммуникаций с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуль):

− Обеспечить изучение студентами представлений о процессе и методах коммуникационных исследований.

− Формировать навыки подбирать и применять оптимальные методы исследований в зависимости от изучаемых средств рекламы, связей с общественностью, стимулирующих мероприятий, брендов и иных коммуникаций.

− Содействовать овладению навыками тестирования рекламных и PR-обращений.

− Формировать навыки исследования маркетинговых онлайн-коммуникаций и оценки качества коммуникации брендов в социальных сетях.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/ групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/ групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом	Знать: методику 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 Уметь: анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем

правовых и этических норм регулирования	специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**108**	**108**			
Лекционные занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	56	56			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	24	24			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	90	90			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	24	24			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	16	16			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	183	183			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	*Лекционные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Практические занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Лабораторные занятия*	*из них: в форме практической подготовки*	*Консультации*	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 7)											
Раздел 1. Виды и процесс коммуникационных исследований	31	15	16	4		8				4	
Тема 1.1. Сфера применения и виды коммуникационных исследований	15	7	8	2		4				2	
Тема 1.2. Процесс коммуникационного исследования	16	8	8	2		4				2	
Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций	31	15	16	4		8				4	
Тема 2.1. Виды и источники информации в сфере коммуникаций	15	7	8	2		4				2	
Тема 2.2. Медиапотребление	16	8	8	2		4				2	
Раздел 3. Методы коммуникационных исследований	33	15	18	4		10				4	
Тема 3.1. Количественные и качественные методы исследования коммуникаций	17	7	10	2		6				2	
Тема 3.2. Смешанные методы и методы онлайн-исследования коммуникаций	16	8	8	2		4				2	
Раздел 4. Исследования ATL- и BTL-коммуникаций	33	15	18	4		10				4	
Тема 4.1. Исследования коммуникаций ATL	17	7	10	2		6				2	
Тема 4.2. Исследования коммуникаций BTL	16	8	8	2		4				2	
Раздел 5. Прикладные методы исследования коммуникаций	35	15	20	6		10				4	
Тема 5.1. Тестирование как метод исследования коммуникаций	19	7	12	4		6				2	
Тема 5.2. Исследования коммуникаций по модели профессора Д. Шевченко	16	8	8	2		4				2	
Раздел 6. Исследования связей с общественностью и брендов	35	15	20	6		10				4	
Тема 6.1. Исследования PR	19	7	12	4		6				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 6.2. Оценка лояльности потребителей к бренду и качества коммуникации бренда в социальных сетях	16	8	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**										
Общий объем, часов	**216**	**90**	**108**	**28**		**56**				**24**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 семестр 3-4)											
Раздел 1. Виды и процесс коммуникационных исследований	**34**	30	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Сфера применения и виды коммуникационных исследований	**17**	15	**2**	2							
Тема 1.2. Процесс коммуникационного исследования	**17**	15	**2**			2					
Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций	**34**	30	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Виды и источники информации в сфере коммуникаций	**17**	15	**2**	2							
Тема 2.2. Медиапотребление	**17**	15	**2**			2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Раздел 3. Методы коммуникационных исследований	**32**	30	**2**			**2**					
Тема 3.1. Количественные и качественные методы исследования коммуникаций	**17**	15	**2**			2					
Тема 3.2. Смешанные методы и методы онлайн-исследования коммуникаций	**15**	15	**0**								
Раздел 4. Исследования ATL- и BTL-коммуникаций	**32**	30	**2**			**2**					
Тема 4.1. Исследования коммуникаций ATL	**15**	15	**0**								
Тема 4.2. Исследования коммуникаций BTL	**17**	15	**2**			2					
Раздел 5. Прикладные методы исследования коммуникаций	**37**	31	**6**	**2**		**4**					
Тема 5.1. Тестирование как метод исследования коммуникаций	**19**	15	**4**	2		2					
Тема 5.2. Исследования коммуникаций по модели профессора Д. Шевченко	**18**	16	**2**			2					
Раздел 6. Исследования связей с общественностью и брендов	**38**	32	**6**	**2**		**4**					
Тема 6.1. Исследования PR	**20**	16	**4**	2		2					
Тема 6.2. Оценка лояльности потребителей к бренду и качества коммуникации бренда в социальных сетях	**18**	16	**2**			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**216**	**183**	**24**	**8**		**16**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВИДЫ И ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тема 1.1. Сфера применения и виды коммуникационных исследований

Перечень изучаемых элементов содержания

Введение в коммуникационные исследование: маркетинговые исследования, особенности маркетинговых исследований; понятие маркетинговых коммуникационных исследований;

понятие интегрированных маркетинговых коммуникационных исследований; понятие коммуникационных исследований. Исследования коммуникации как часть маркетинговой стратегии организации. Коммуникационные исследования и аналитика информационных ресурсов. Разновидности методов исследования коммуникации. Количественные методы исследования. Качественные методы исследования. Смешанные методы исследования. Методы онлайн – исследования. Аналитические исследования в информационно-коммуникационных средах. Коммуникационные исследования как основа стратегического менеджмента. Рынок прикладных коммуникационных исследований в России и мире. Коммуникативистика.

Тема 1.2. Процесс коммуникационного исследования

Перечень изучаемых элементов содержания.

Коммуникационный процесс как объект исследования. Понятие коммуникационного процесса: структура, участники, виды. Понятие процесса коммуникационного исследования. Понятие процесса коммуникационного исследования. Элементы исследования коммуникационного процесса. Понятийный аппарат исследований в коммуникациях. Инструменты и методики коммуникационных исследований. Качественная и количественная методология исследований.

Задания к практическим занятиям раздела 1.

Тема практического занятия 1.1.: Сфера применения и виды коммуникационных исследований

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Что собой представляют коммуникации?
2. Каковы основные разновидности коммуникации?
3. Использование семиотического анализа в коммуникативистике.
4. Исследовательский потенциал нарративного метода.
5. Использование дискурс-анализа при исследовании межкультурной коммуникации
6. Этнографические исследования: соотношение с другими методами.
7. Традиция «культурных исследований» (cultural study) массовой коммуникации.
8. «Исследования восприятия» как направление исследований массовой коммуникации.
9. Концепция кодирования-декодирования С.Холла.
10. Исследования медиа в контексте повседневности: отечественная традиция.
11. Русское коммуникативное поведение в PR-текстах.
12. Сильные позиции PR-текстов.

Тема практического занятия 1.2.: Процесс коммуникационного исследования

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК В Интернете?
2. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы?
3. Что собой представляет структура коммуникационного процесса?
4. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)?
5. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации?
6. Почему рекламные агентства заинтересованы в проведении исследований коммуникации?
7. Западная традиция качественного подхода в исследованиях социальной коммуникации.
8. Какова истинная причина заинтересованности рекламодателей в проведении исследований коммуникации?
9. Почему исследования важны на всех этапах процесса планирования и развития рекламы?
10. Какие возможности открываются перед агентствами и их клиентами при проведении исследования коммуникации?

Рубежный контроль к разделу 1.

Форма рубежного контроля: контрольная работа, кейс-задание

РАЗДЕЛ 2. ИНФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 2.1. Виды и источники информации в сфере коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие информации в коммуникации. Сущность массовой информации. Классификация и способы создания информации. Роль информатизации в развитии НТП. Понятие информационного пространства и информационных технологий. Роль информации в обществе, правовые аспекты информации. Понятие и характеристики информационного общества. Сущность массовой информации.

Тема 2.2. Медиапотребление

Перечень изучаемых элементов содержания

Медийный ландшафт как экосистема, обоснование эко метафоры. Типы классификаций медиа экосистемы. Медиапотребление как выбор аудитории, критерии и мотивация такого выбора; что первично, контент или «средство его доставки» до ЦА. Особенности актуального аудиовизуального контента, основные метрики, особенности дистрибуции. Видеоигры, социальные сети и мессенджеры – основные характеристики медиасистем с точки зрения рекламщика и специалиста по связям с общественностью. Социальные сети и мессенджеры или где заканчиваются медиа. Особенности коммуникационных стратегий для индустрии видеоигр.

Задания к практическим занятиям раздела 2.

Тема практического занятия 2.1.: Виды и источники информации в сфере коммуникаций

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Какова причина необходимости проведения исследований средств массовой информации?
2. Как соотносятся термины средства массовой информации и средства массовой коммуникации и медиа?
3. Как соотносятся между собой термины «коммуникация» и «информация»?
4. В чем различие внутренней и внешней информации?
5. Что понимается под термином «медиа»?
6. Что собой представляет медиапространство?
7. Что включает в себя контент?
8. Почему сообщение называют сердцем коммуникации?

Тема практического занятия 2.2.: Медиапотребление

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Медиапотребление как выбор контента целевой аудиторией.
2. Что первично: контент или дистрибуция.
3. Основные тренды в кино- и сериальной индустрии, на ТВ: почему Netflix победил европейский кинорынок, но оказался за бортом Каннского кинофестиваля.
4. Допустимость и ограничения экологической модели при описании и объяснении характеристик медийной индустрии.
5. Основные типы классификации медийной экосистемы в России, Европе и США.
6. Доминирующие исследования медийной экососистемы как бизнеса. Важнейшие направление и примеры.
7. Каким образом и какие теории медиаэффектов подходят для объяснения современных тенденций медиа экосистемы.
8. Как рождаются, живут и не умирают медиа в эпоху «пост-правды», и существуетли «пост-правда» в принципе.
9. Как специалисту в области коммуникаций распознать fake-news и почему это имеет значение в коммуникационном бизнесе

Рубежный контроль к разделу 2.

Форма рубежного контроля: контрольная работа, кейс-задание

РАЗДЕЛ 3. МЕТОДЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тема 3.1. Количественные и качественные методы исследования коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристик количественных методов. Контент-анализ, опрос, наблюдение, тесты, эксперимент, семантический дифференциал, медиаметрию. Метод карты восприятия. Анкетирование. Характеристика качественных методов исследования PR. Исследование коммуникаций методом дневника. Углубленное интервьюирование, групповые обсуждения (фокус-группы). Полевое наблюдение во время «пешеходной прогулки». Просмотр документов. Видео / фильм / фотографии.

Тема 3.2. Смешанные методы и методы онлайн-исследования коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Смешанные методы/триангуляция в PR. Hall-тесты. Антропоморфизм в рекламе. Ассоциативный тест. Двусмысленное утверждение. Деловая игра. Дневник потребителя. Метод анализа движения глаз. Исследование в форме беседы. Методика Осгуда. Методика Шварца. Метод «Дельфи». Исследование методом CAPI. Метод невербальных связей. Метод эксперимента в исследовании коммуникации. Метод «Мистерия шоппинг». Методика “коллаж”. Ролевые игры. Методика “Вечеринка” (party game).

Задания к практическим занятиям раздела 3.

Тема практического занятия 3.1.: Количественные и качественные методы исследования коммуникаций

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

Какие преимуществ в области маркетинговых коммуникации имеют исследования?
Объясните, почему с появлением цифровых медиа модель ИМК стала сильнее?
Вы согласны и почему: исследования коммуникации является частью действия факторов комплекса маркетинге микс «4Р», и наряду с другими его факторами?
Каковы основные разновидности методов исследования коммуникации?
Что понимается под методами исследований для специалистов маркетинга?
В чем особенности количественных методов исследования?
В чем сильные и слабые стороны исследований количественных и качественных?
Вы согласны, что к основным количественным методам исследования относят: метод опроса (анкетирование), анализ документов, метод карты восприятия, контент-анализ?

Тема практического занятия 3.2.: Смешанные методы и методы онлайн-исследования коммуникаций

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

Что собой представляет анкетирование, составление анкет?
Что собой представляет основные этапы составления анкеты?
Что собой представляет стандартизированные опросы?
Что собой представляет инструкция к анкетированию?
Что собой представляет исследование коммуникаций методом дневника?
Что собой представляет метод дневника потребителя: шаги исследователя

Рубежный контроль к разделу 3.

Форма рубежного контроля: контрольная работа, кейс-задание

РАЗДЕЛ 4. ИССЛЕДОВАНИЯ ATL- И BTL-КОММУНИКАЦИЙ

Тема 4.1. Исследования коммуникаций ATL

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристика коммуникации: ATL. Методы исследований коммуникации (рекламы -ATL).

Тема 4.2. Исследования коммуникаций BTL

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристика коммуникации: BTL. Методы исследования коммуникации (мероприятий BTL).

Задания к практическим занятиям раздела 4.

Тема практического занятия 4.1.: Исследования коммуникаций ATL

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Почему только исследователь может обратить внимание как газеты и журналы намеренно разбивают структуру статьи?
2. Как исследователь может реагировать на Радио- и телевизионные программы, которые постоянно прерываются для передачи рекламы?
3. В чем смысл и позитив эффекта ATL для исследователя?
4. Как определить, что масс медиа (mass media) имеют мощную силу воздействия на широкие слои населения?
5. Как формирование мифов и стереотипов используется в СМИ, как механизм «публичного восприятия»?
6. Почему исследователю важно разделять СМИ на два типа: печатные и электронные (или телерадиовещательные)?
7. Какие две основные цели имеет реклама на радио?
8. Какие две основные цели имеет реклама в прессе?
9. В чем сила и преимущество наружной рекламы (outdoor advertising) как части средств массовой коммуникации (СМИ)?
10. Какие разновидности разновидностей наружной рекламы вы можете назвать, назовите не менее пяти?
11. Какова специфика исследования эффективности виды конструкций сити-формата?
12. Как исследователь может понять целесообразность размещения рекламы на остановках, павильоны ожидания городского транспорта?
13. В чем исследователь коммуникации видит преимущества интернет-рекламы?
14. Какие типы интернет-рекламы вы можете назвать и какое э о имеет значение для исследования коммуникации?
15. Назовите несколько основных типов аудиовизуальных материалов?
16. Какие виды рекламы в кинотеатрах вы можете назвать и какое это имеет значение для исследования коммуникации?
17. Что включает в себя: внутренняя реклама в кинотеатрах?
18. Почему важно обращать внимание на демонстрацию роликов на экране?
19. Какое значение имеет реклама в справочниках - публикация рекламных объявлений?
20. Как можно использовать такие каналы медиа, как внутреннюю рекламу (indoor advertising)?

Тема практического занятия 4.2.: Исследования коммуникаций BTL

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Каковы основные характеристики коммуникации BTL в отличии от ATL?
2. Почему в системе стимулирования сбыта сообщение, призыв к покупке носят прямой индивидуальный характер?
3. Что относится к числу прямой коммуникации, используемые менеджерами по стимулированию сбыта (BTL)?
4. Как исследователи поняли, что продукты продвигаются через вовлечение потребителей в мероприятия, акции, которые способны вызвать чувства, эмоции по отношению к брендам?
5. Объясните, почему в системе коммуникации BTL особое место занимает event -маркетинг (events marketing)?
6. С точки зрения аудитории, на которую направлено воздействие, можно выделить два вида ивентов.

7. Цель – ивентов вызвать эмоциональную привязанность к продукции компании или рационально оценить функциональные ее преимущества?
8. Как назвать коммуникации в форме мероприятия, передающие информацию о компании, ее товарах, услугах и брендах в развлекательной форме?
9. Какое значение имеет для исследователя понимание того, что торговые (продающие) мероприятия проводятся для ограниченного круга участников?
10. Почему событийный маркетинг иногда отождествляется с BTL-мероприятиями, ориентированными на рост продаж товара или услуги в краткосрочном периоде?

Рубежный контроль к разделу 4.

Форма рубежного контроля: контрольная работа, кейс-задание

РАЗДЕЛ 5. ПРИКЛАДНЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 5.1. Тестирование как метод исследования коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Тестирование коммуникации: принципы и методы. Этапы и средства тестирования рекламной коммуникации. Критерии и средства тестирования.

Тема 5.2. Исследования коммуникаций по модели профессора Д. Шевченко

Перечень изучаемых элементов содержания

Модель системы интегрированных коммуникаций профессора Д. Шевченко. Характеристика ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации.

Задания к практическим занятиям раздела 5.

Тема практического занятия4.1.: Тестирование как метод исследования коммуникаций

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

Почему тестирование – основной метод исследования коммуникации?
Почему надо различать предварительное тестирование и посттестирование?
Почем индивидуальные исследования проводятся для конкретного клиента?
По каким направлениям проводится тестирование коммуникации (рекламы)?
Что собой представляют предварительные тесты для рекламы в печатных СМИ?
Что собой представляет и в каких случаях используется тест потребительского жюри?
Что собой представляет и в каких случаях используется тестирование рекламного объявления?
Что собой представляет и в каких случаях используется пробный журнальный тест?
Что собой представляет и в каких случаях используется тест прямой вопрос?
Что собой представляет и в каких случаях используется исследования значения восприятия (PMS)?
Что собой представляет и в каких случаях используется предварительные тесты для рекламы в вещательных СМИ?

Тема практического занятия 5.2.: Исследования коммуникаций по модели профессора Д. Шевченко

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Каково значение исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко?
2. Каковы общие характеристики модель системы интегрированных коммуникации профессора Д. Шевченко?
3. На каком основании модель системы ИК имеет шесть типов, а не семь или пять?
4. Почему реклама — ATL (above the line) носит такое название среди профессионалов?
5. Почему стимулирование сбыта — BTL (below the line) носит такое название среди профессионалов?
6. Что означают связи с общественностью и связи с органами власти — PR для исследований?

7. Какие основания имеются в выборе названия такого типа коммуникации, как цифровые коммуникации для исследований?
8. В чем специфика исследований коммуникации - личные продаж?
9. Какие параметры коммуникации прямой маркетинг — DM (direct marketing) анализируются в исследованиях?
10. Как учитываются в исследованиях каналы запанированных (незапланированных) коммуникации?

Рубежный контроль к разделу 5.
Форма рубежного контроля: контрольная работа, кейс-задание

РАЗДЕЛ 6. ИССЛЕДОВАНИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И БРЕНДОВ

Тема 6.1. Исследования PR

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы исследований связей с общественностью - PR. Специфика исследований связей с общественностью (PR). Характеристика количественных методов исследований PR. Качественные методы исследований PR. Характеристика качественных методов исследования PR. Смешанные методы/триангуляция в PR. Специфика исследований связей с общественностью (PR). Характеристика количественных методов исследований PR.

Тема 6.2. Оценка лояльности потребителей к бренду и качества коммуникации бренда в социальных сетях

Перечень изучаемых элементов содержания

Организация и управление корпоративными коммуникациями. Специализированные услуги агентств, бюро и т.п. Преимущества обращения к услугам профессионалов и возможные проблемы, риски и трудности. Создание специальной службы корпоративных коммуникаций, возможная координация работы других служб. Обеспечивающие технологии корпоративных коммуникаций. Полиграфическая продукция. Фото-, кино, видео-материалы, Интернет. Роль и значение фото-, кино-, видео-материалов. Требования к их качеству. Необходимость обеспечения их многоразового и многопрофильного использования. Возможности использования слайдов. Архивация и организация фото-, кино-, видеотеки. Перспективы мульти-медиа. Возможности Интернета и PR. Планирование корпоративной коммуникативной деятельности, ее финансирование. Первые лица как организаторы корпоративных коммуникаций. Комплекс личностных и деловых качеств организаторов корпоративных коммуникаций. Требования к их компетентности и подготовке. Составляющие элементы коммуникационной компетентности. Фактор гуманитарной подготовки. Отечественный и зарубежный опыт подготовки специалистов по корпоративным коммуникациям, практики переподготовки и повышения квалификации. Проблема оценки эффективности корпоративных коммуникаций: подходы к анализу эффективности корпоративных коммуникаций, виды и уровни эффективности, показатели эффективности.

Задания к практическим занятиям раздела 6.
Тема практического занятия 6.1.: Исследования PR
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ
Темы контрольных работ

1. В чем вы видите специфику исследований связей с общественностью (PR)?
2. Почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью?
3. Как вы объясните. Что в отличие от научного исследования, неформальное исследования основано на субъективной интуиции или на «авторитете»?
4. Какими принципами следует руководствоваться при проведении исследований по связям с общественностью?
5. На какие вопросы исследователь должен найти ответы в исследованиях PR?
6. С помощью каких мероприятий перед реализацией плана отдельные его элементы могут быть проверены исследователем?

7. Какие существуют четыре основные категории исследований по связям с общественностью?
8. Что позволяют получить первичные исследования в PR?
9. Что позволяют получить вторичное исследования или «кабинетное исследования в PR?
10. Объясните почему процесс PR-исследований ведется преимущественно в онлайн-режиме?

Тема практического занятия 6.2.: Оценка лояльности потребителей к бренду и качества коммуникации бренда в социальных сетях

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

Рубежный контроль к разделу 6.

Форма рубежного контроля: контрольная работа, кейс-задание

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Виды и процесс коммуникационных исследований	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Методы коммуникационных исследований	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 4. Исследования ATL- и BTL-коммуникаций	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 5. Прикладные методы исследования коммуникаций	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 6. Исследования связей с общественностью и брендов	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы?
2. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации?
3. Почему рекламные агентства заинтересованы в проведении исследований коммуникации?
4. Какова причина необходимости проведения исследований средств массовой информации?
5. Какова истинная причина заинтересованности рекламодателей в проведении исследований коммуникации?
6. Как соотносятся термины средства массовой информации и средства массовой коммуникации и медиа?

7. Почему исследования важны на всех этапах процесса планирования и развития рекламы?
8. Какие возможности открываются перед агентствами и их клиентами при проведении исследования коммуникации?

Темы контрольных работ к Разделу 1:

1. Что собой представляет метод карты восприятия?
2. Что собой представляет метод контент-анализа?
3. Что собой представляет качественные методы исследования?
4. Что собой представляет личное собеседование (интервью)?
5. Что собой представляет метод телефонное интервью?
6. Что собой представляет характеристика метода «фокус-групп»?
7. Что собой представляет требования к личности модератор фокус –групп?
8. Что собой представляет метод наблюдения коммуникациях?
9. Что собой представляет смешанные методы исследования?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Что собой представляет метод Hall-тесты?
2. Что собой представляет метод антропоморфизм в рекламе?
3. Что собой представляет метод ассоциативный тест?
4. Что собой представляет метод двусмысленное утверждение?
5. Что собой представляет метод деловая игра?
6. Что собой представляет метод дневник потребителя?
7. Что собой представляет метод анализа движения глаз)?
8. Что собой представляет исследование в форме беседы?
9. Что собой представляет метод «дневника»?
10. Что собой представляет методика Осгуда?
11. Что собой представляет методика Шварца?
12. Что собой представляет метод «Дельфи»?
13. Что собой представляет метод исследование методом CAPI?
14. Что собой представляет метод невербальных связей?
15. Что собой представляет метод эксперимента в исследовании коммуникации?
16. Почему надо разделять два типа экспериментов: лабораторные и полевые?

Темы контрольных работ к Разделу 2:

17. Что собой представляет метод «Мистерия шоппинг»?
18. Что собой представляет метод проективные методики?
19. Что собой представляет метод словесные ассоциации?
20. Что собой представляет метод завершение предложений и историй?
21. Что собой представляет методика “коллаж”?
22. Что собой представляет метод ролевые игры?
23. Что собой представляет метод списки покупок.?
24. Что собой представляет сортировка картинок?
25. Что собой представляет методика трансформации?
26. Что собой представляет методика “Вечеринка” (party game)?
27. Что собой представляет метод тестирования товара вслепую?
28. Что собой представляет методы онлайн – исследования коммуникаций?
29. Что собой представляет метод онлайн-чат-группы?
30. Что собой представляет метод онлайн форум-группы?
31. Что собой представляет метод дискуссии по e-mail?
32. Что собой представляет метод онлайн видео- и аудиоконференции?
33. Что собой представляет метод онлайн-дискуссии?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Что собой представляет и в каких случаях используется театральный тест?
2. Что собой представляет и в каких случаях используется тест телетрансляции в прямом эфире?
3. Как используется тест: эксперимент продаж?
4. Как проводятся прямые почтовые тесты?
5. Каковы основные этапы и средства тестирования рекламных коммуникации?
6. Что собой представляет предварительное (предтестовое) тестирование?
7. Какие три тестовых маршрута включает в себя предварительное тестирование?
8. Что собой представляет завершающее (посттестовое) исследования?
9. Что включает в себя тестирование в начале процесса создания рекламы?
10. Что включает в себя вторая стадия тестирования черновой модели рекламы?

Темы контрольных работ к Разделу 3:

1. Почему основной выпуск рекламных роликов или объявлений, интернет-рекламных кампаний начинается после их разработки и тестирования?
2. Какие средства тестирования выбираются специалистами рисерч?
3. Как используется в исследованиях технология узнаваемости рекламы?
4. Как используется в исследованиях технология припоминаемости (запоминаемости) рекламы?
5. Как используется в исследованиях технология убедительности рекламы?
6. Как используется в исследованиях технология приверженности рекламе (лояльность)?
7. Каковы основные направления исследований компании «Медиаскоп»?
8. Каковы основные направления исследований Агентство Ipsos Москва?
9. Каковы основные направления исследований Агентство MARC Москва?
10. Какова стандартная технология тестирование роликов на ТВ или Интернет?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Какое значение для исследователя имеет мобильная реклама?
2. Каковы основные средства мобильной рекламы?
3. Почему эксперты предсказывают бум мобильной рекламы?
4. Что собой представляет рекламный плакат (poster) и каким образом можно оценить его эффективность?
5. В чем специфика политического плакат, как исследователь может определить эффективность его использования во времени и пространстве?
6. Какое значение для коммуникации имеют символы и логотипы, как оценить их эффективность?
7. В чем специфика и преимущество транзитной рекламы - разновидности и канал наружной медиарекламы?
8. Какие методы исследований коммуникации (рекламы -ATL) вы знаете?
9. Какие теории предлагает в своей книге исследователь СМИ и СМК Р. Харрис?
10. В чем вы видите важность для исследователя теорий воздействия ТВ на аудиторию?
11. В чем вы видите важность для исследователя теории Р. Харриса - теория социализации?
12. С помощью какого специального алгоритма формируется панельная выборка?
13. Как строятся рейтинги радио в отличии от рейтингов ТВ?
14. Как определяется популярность передач и прослушивание рекламы на радио?
15. Какие наиболее эффективные методы определения восприятия обращений целевой аудитории в СМИ?

Темы контрольных работ к Разделу 4:

1. Какие вы можете назвать методы исследования коммуникации (мероприятий BTL)?
2. Какие общепринятые показатели используются в оценке эффективности ивент-мероприятий?
3. Почему для анализа результатов используется «полоса средних значений», которая позволяет выделять бренды, значительно отличающиеся своей эффективностью или неэффективностью от большинства других?
4. Каковы метрики исследований наиболее популярных вариантов проведения промоакций производителями?
5. Какова методика исследований эффективности промоакций?

6. Как определить эффективность использования партизанского маркетинга?
7. Как определяется эффективность программы лояльности?
8. Назовите метрики исследования эффективности программ лояльности?
9. Как измерить эффективность мероприятий, реализуемых в рамках трейд-маркетинга?
10. Почему важно провести предварительное тестирование возможных рекламных средств на выставках и ярмарках в целях их целесообразности применения?
11. Если игровой маркетинг является одной из разновидностей BTL-программ, то как измерить его эффективность?
12. Как измерить эффективность использования купонов на товары / услуги, низкий процент по кредиту, призы и подарки?
13. Зачем перед персоналом выставочного стенда ставится задача фиксировать количество контактов, которые заносятся в дневник стендиста?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5.
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5:

1. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели припоминаемость (запоминаемость) рекламы?
2. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели убедительности рекламы?
3. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели приверженность рекламе (лояльность)?
4. Какие лабораторно-психологические методы используются в качестве измеряющих устройств?
5. Почему популярна технология А/Б-тестирования в интернет-маркетинге?
6. Почему посадочная страница – самый популярный и излюбленный объект А/Б-тестирования?
7. По какой причине практически все агентства тщательно скрывают свои технологии исследования коммуникации, тестирования рекламы?
8. Почему проводить тестирование необходимо на каждом этапе создания
9. рекламной кампании – от идеи до финальной реализации, а не только отснятый ролик или готовые макеты?
10. Какие исследовательские инструменты применяются при тестировании рекламы?
11. Что собой представляет заключительное тестирование?
12. Какие необходимо делать замеры при проведении посттестирования?

Темы контрольных работ к Разделу 5:

1. Кто является субъектом исследований, каким образом будут интерпретированы и использованы результаты исследования коммуникационной сферы?
2. В чем отличие документирования об исследованиях от маркетинга и продвижения продукта или услуги?
3. Почему для исследователя наиболее актуальным и достаточным является характеристика трех типов ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации?
4. Какие направления включают в себя коммуникации ATL (above-the-line)?
5. Какие направления включают в себя коммуникации К BTL-коммуникации?
6. В чем вы видите единство и разницу коммуникации ATL и BTL?
7. Почему PR (public relations) считается комплексом коммуникационных программ компании, а не единственным видом коммуникации?
8. Какие направления входят в коммуникационные программы компании?
9. Какие коммуникации PR-функций компании могут стать объектом исследования?
10. Как провести исследования отношений с властными структурами, GR (Government Relations)?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6.
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6:

1. Дайте объяснение почему исследования являются неотъемлемой частью формирования

стратегии управления связями с общественностью?
2. Какова краткая характеристика количественных методов исследований PR?
3. Каковы преимущества и результаты проведения количественных методов исследований используемых в оценке связей с общественностью (PR)?
4. Каковы основные методы сбора количественных данных?
5. Как проводятся Интернет-опросы?
6. Как проводятся телефонные опросы?
7. Как проводятся почтовые опросы?
8. Как проводятся контент-анализ (обычно освещения в СМИ)?
9. Как проводятся оценка коммуникационной активности бренда в социальных медиа?
10. Как проводятся комментарии и иные формы обратной связи?
11. Как можно исследовать коммуникации PR политического кандидата методом наблюдения?
12. Как можно исследовать коммуникации PR на Днях открытых дверей (ДОД) методом наблюдения?

Темы контрольных работ к Разделу 6:

1. Проанализируйте и приведите примеры ребрендинга территорий (5 примеров)
2. Опишите примеры ребрендинга Товаров (5 примеров)
3. Опишите примеры ребрендинга Услуг (5 примеров)

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущго и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Виды и процесс коммуникационных исследований	контрольная работа	1. Что собой представляет медиапространство? 2. Что включает в себя контент? 3. Почему сообщение называют сердцем коммуникации? 4. Что собой представляет структура коммуникационного процесса? 5. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)? 6. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: декодирования (расшифровка), получатель? 7. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: помехи, обратная связь с рекламодателем и ответная реакция получателя? 8. Какие факторы относятся к препятствиям эффективного общения? 9. Какие методы манипуляции используются в процессе кодирования? 10. Чем отличаются с точки зрения коммуникации потребители нового поколения, в отличие от прошлого?
		кейс-задание	Анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ. Тема : «Образ коммуникатора»
2	Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций	контрольная работа	1. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями? 2. Почему коммуникации называют интегрированными коммуникациями? 3. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК В Интернете? 4. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы? 5. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 6. Почему рекламные агентства заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 7. Какова причина необходимости проведения исследований средств массовой информации? 8. Какова истинная причина заинтересованности рекламодателей в проведении исследований коммуникации? 9. Как соотносятся термины средства массовой информации и средства массовой коммуникации и медиа? 10. Почему исследования важны на всех этапах процесса планирования и развития рекламы? 11. Какие возможности открываются перед агентствами и их клиентами при проведении исследования коммуникации?
		кейс-задание	Анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ. Тема «Коммуникационный образ компании
3	Раздел 3. Методы коммуникационных	контрольная работа	1. Что собой представляет метод Hall-тесты? 2. Что собой представляет метод антропоморфизм в рекламе? 3. Что собой представляет метод ассоциативный тест? 4. Что собой представляет метод двусмысленное утверждение?

	исследований		5. Что собой представляет метод деловая игра? 6. Что собой представляет метод дневник потребителя? 7. Что собой представляет метод анализа движения глаз)? 8. Что собой представляет исследование в форме беседы? 9. Что собой представляет метод «дневника»?
		кейс-задание	Анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ. Тема: «Отраслевые особенности коммуникационных исследований»
4	Раздел 4. Исследования ATL- и BTL-коммуникаций	контрольная работа	1. Что собой представляет методика Осгуда? 2. Что собой представляет методика Шварца? 3. Что собой представляет метод «Дельфи»? 4. Что собой представляет метод исследование методом CAPI? 5. Что собой представляет метод невербальных связей? 6. Что собой представляет метод эксперимента в исследовании коммуникации? 7. Почему надо разделять два типа экспериментов: лабораторные и полевые? 8. Что собой представляет метод «Мистерия шоппинг»? 9. Что собой представляет метод проективные методики? 10. Что собой представляет метод словесные ассоциации? Что собой представляет метод завершение предложений и историй?
		кейс-задание	Анализ конкретных ситуаций. Тема: «Успешные переговоры»
5	Раздел 5. Прикладные методы исследования коммуникаций	контрольная работа	1. Какова общая характеристика качественных методов исследования PR? 2. На какие вопросы дают ответы качественные исследования по связям с общественностью? 3. Почему менеджеры по связям с общественностью часто используют качественные исследования для подтверждения количественных результатов? 4. Какова общая характеристика и назначение метода Холл-тестирования? 5. Какова общая характеристика и назначение ассоциативного теста или теста на неявные ассоциации (IAT)? 6. Какова общая характеристика и назначение метод анализа движения глаз? 7. Каковы цели и целесообразность использования смешанных методов/триангуляции в PR? 8. Почему использование двух или более методов исследования иногда называют триангуляцией? 9. Почем успешная триангуляция требует тщательного анализа типа информации, которую предоставляет каждый метод, включая его сильные и слабые стороны? 10. Почему такие виды исследований как hall-тесты, home-тесты или mystery shoping (тайный покупатель), контент-анализ относят к количественным исследованиям, но в тоже время они содержат в себе и признаки качественных исследований 11. Какова общая характеристика схемы методов маркетинговых исследований (схема профессора Д. А. Шевченко)?
		кейс-задание	Анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ. Тема: «Отраслевые особенности исследования ATL- и BTL-коммуникаций»

6	Раздел 6. Исследования связей с общественностью и брендов	контрольная работа	1. Какие метрики, фиксирующие взаимодействие подписчиков с контентом бренда вы можете назвать? 2. Почему важно следить модератору за просмотрами контента? 3. Почему важно следить модератору за количеством активных действий одобрения? 4. Почему важно следить модератору Обратная связь: (RR)? 5. Почему важно следить модератору Метрики, фиксирующие виральность контента бренда? 6. Почему важно следить модератору Дизайн оформления группы? 7. Почему важно следить модератору Качество контента? 8. Какие KPI использует аналитическая система JagaJam? 9. Почему рекомендуется еженедельно проводить мониторинг ERR посты (показатель вовлеченности по охвату), Response Rate (% ответивших на вопрос), ответы на вопросы? 10. Как и по каким направлениям социальные сети могут помочь связям с общественностью и как это можно отследить исследователю коммуникаций PR?
		кейс-задание	Анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ. Тема: «Маркетинговые коммуникации бренда»

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Глубинное интервью как методика качественного коммуникативного исследования 2. Риторический анализ: содержание, процедуры и области применения. 3. Исследовательские методики и техники, применяемые в ходе фокус-групп. 4. Прикладные качественные исследования в медиаиндустрии. 5. Особенности качественных онлайн исследований 6. Психолингвистические механизмы восприятия и понимания текста. 7. Присутствие негативной оценки в тексте как предмет судебных исков. 8. Что собой представляют коммуникации? 9. Каковы основные разновидности коммуникации? 10. Как соотносятся между собой термины «коммуникация» и «информация»? 11. В чем различие внутренней и внешней информации? 12. Что понимается под термином «медиа»? 13. Что собой представляет медиапространство? 14. Что включает в себя контент? 15. Почему сообщение называют сердцем коммуникации? 16. Что собой представляет структура коммуникационного процесса? 17. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)? 18. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: декодирования (расшифровка), получатель? 19. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: помехи, обратная связь с рекламодателем и ответная реакция получателя? 20. Какие факторы относятся к препятствиям эффективного общения? 21. Какие методы манипуляции используются в процессе кодирования? 22. Чем отличаются с точки зрения коммуникации потребители нового поколения, в отличие от прошлого? 23. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями? 24. Почему коммуникации называют интегрированными коммуникациями? 25. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК В Интернете? 26. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы? 27. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 28. Почему рекламные агентства заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 29. Какова причина необходимости проведения исследований средств массовой информации? 30. Какова истинная причина заинтересованности рекламодателей в проведении исследований коммуникации? 31. Как соотносятся термины средства массовой информации и средства массовой коммуникации и медиа? 32. Почему исследования важны на всех этапах процесса планирования и развития рекламы? 33. Какие возможности открываются перед агентствами и их клиентами при

	проведении исследования коммуникации? 34. Почему исследования коммуникации являются частью общей маркетинговой стратегии организации? 35. Как связаны между собой исследования и конкуренция на рынке продуктов и услуг? 36. Каковы шесть принципов (шагов) исследовательских подходов к коммуникациям? 37. Каковы три критически важные области, в которых исследовательские действия и результаты имеют решающее значение? 38. Какие преимуществ в области маркетинговых коммуникации имеют исследования? 39. Объясните, почему с появлением цифровых медиа модель ИМК стала сильнее? 40. Вы согласны и почему: исследования коммуникации является частью действия факторов комплекса маркетинге микс «4Р», и наряду с другими его факторами? 41. Каковы основные разновидности методов исследования коммуникации? 42. Что понимается под методами исследований для специалистов маркетинга? 43. В чем особенности количественных методов исследования? 44. В чем сильные и слабые стороны исследований количественных и качественных? 45. Вы согласны, что к основным количественным методам исследования относят: метод опроса (анкетирование), анализ документов, метод карты восприятия, контент-анализ? 46. Что собой представляет анкетирование, составление анкет? 47. Что собой представляет основные этапы составления анкеты? 48. Что собой представляет стандартизированные опросы? 49. Что собой представляет инструкция к анкетированию? 50. Что собой представляет исследование коммуникаций методом дневника? 51. Что собой представляет метод дневника потребителя: шаги исследователя 52. Что собой представляет метод карты восприятия? 53. Что собой представляет метод контент-анализа? 54. Что собой представляет качественные методы исследования? 55. Что собой представляет личное собеседование (интервью)? 56. Что собой представляет метод телефонное интервью? 57. Что собой представляет характеристика метода «фокус-групп»? 58. Что собой представляет требования к личности модератор фокус –групп? 59. Что собой представляет метод наблюдения коммуникациях? 60. Что собой представляет смешанные методы исследования? 61. Что собой представляет метод Hall-тесты? 62. Что собой представляет метод антропоморфизм в рекламе? 63. Что собой представляет метод ассоциативный тест? 64. Что собой представляет метод двусмысленное утверждение? 65. Что собой представляет метод деловая игра? 66. Что собой представляет метод дневник потребителя? 67. Что собой представляет метод анализа движения глаз)? 68. Что собой представляет исследование в форме беседы? 69. Что собой представляет метод «дневника»? 70. Что собой представляет методика Осгуда? 71. Что собой представляет методика Шварца? 72. Что собой представляет метод «Дельфи»? 73. Что собой представляет метод исследование методом CAPI? 74. Что собой представляет метод невербальных связей? 75. Что собой представляет метод эксперимента в исследовании коммуникации? 76. Почему надо разделять два типа экспериментов: лабораторные и полевые? 77. Что собой представляет метод «Мистерия шоппинг»?

	78. Что собой представляет метод проективные методики? 79. Что собой представляет метод словесные ассоциации? 80. Что собой представляет метод завершение предложений и историй? 81. Что собой представляет методика “коллаж”? 82. Что собой представляет метод ролевые игры? 83. Что собой представляет метод списки покупок.? 84. Что собой представляет сортировка картинок? 85. Что собой представляет методика трансформации? 86. Что собой представляет методика “Вечеринка” (party game)? 87. Что собой представляет метод тестирования товара вслепую? 88. Что собой представляет методы онлайн – исследования коммуникаций? 89. Что собой представляет метод онлайн-чат-группы? 90. Что собой представляет метод онлайн форум-группы? 91. Что собой представляет метод дискуссии по e-mail? 92. Что собой представляет метод онлайн видео- и аудиоконференции? 93. Что собой представляет метод онлайн-дискуссии? 94. Почему тестирование – основной метод исследования коммуникации? 95. Почему надо различать предварительное тестирование и посттестирование? 96. Почем индивидуальные исследования проводятся для конкретного клиента? 97. По каким направлениям проводится тестирование коммуникации (рекламы)? 98. Что собой представляют предварительные тесты для рекламы в печатных СМИ? 99. Что собой представляет и в каких случаях используется тест потребительского жюри? 100. Что собой представляет и в каких случаях используется тестирование рекламного объявления? 101. Что собой представляет и в каких случаях используется пробный журнальный тест? 102. Что собой представляет и в каких случаях используется тест прямой вопрос? 103. Что собой представляет и в каких случаях используется исследования значения восприятия (PMS)? 104. Что собой представляет и в каких случаях используется предварительные тесты для рекламы в вещательных СМИ? 105. Что собой представляет и в каких случаях используется театральный тест? 106. Что собой представляет и в каких случаях используется тест телетрансляции в прямом эфире? 107. Как используется тест: эксперимент продаж? 108. Как проводятся прямые почтовые тесты? 109. Каковы основные этапы и средства тестирования рекламных коммуникации? 110. Что собой представляет предварительное (предтестовое) тестирование? 111. Какие три тестовых маршрута включает в себя предварительное тестирование? 112. Что собой представляет завершающее (посттестовое) исследования? 113. Что включает в себя тестирование в начале процесса создания рекламы? 114. Что включает в себя вторая стадия тестирования черновой модели рекламы? 115. Почему основной выпуск рекламных роликов или объявлений, интернет-рекламных кампаний начинается после их разработки и тестирования? 116. Какие средства тестирования выбираются специалистами рисерч? 117. Как используется в исследованиях технология узнаваемости рекламы? 118. Как используется в исследованиях технология припоминаемости (запоминаемости) рекламы?

	119. Как используется в исследованиях технология убедительности рекламы? 120. Как используется в исследованиях технология приверженности рекламе (лояльность)? 121. Каковы основные направления исследований компании «Медиаскоп»? 122. Каковы основные направления исследований Агентство Ipsos Москва? 123. Каковы основные направления исследований Агентство MARC Москва? 124. Какова стандартная технология тестирование роликов на ТВ или Интернет? 125. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели припоминаемость (запоминаемость) рекламы? 126. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели убедительности рекламы? 127. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели приверженность рекламе (лояльность)? 128. Какие лабораторно-психологические методы используются в качестве измеряющих устройств? 129. Почему популярна технология А/Б-тестирования в интернет-маркетинге? 130. Почему посадочная страница – самый популярный и излюбленный объект А/Б- тестирования? 131. По какой причине практически все агентства тщательно скрывают свои технологии исследования коммуникации, тестирования рекламы? 132. Почему проводить тестирование необходимо на каждом этапе создания 133. рекламной кампании – от идеи до финальной реализации, а не только отснятый ролик или готовые макеты? 134. Какие исследовательские инструменты применяются при тестировании рекламы? 135. Что собой представляет заключительное тестирование? 136. Какие необходимо делать замеры при проведении посттестирования? 137. Каково значение исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко? 138. Каковы общие характеристики модель системы интегрированных коммуникации профессора Д. Шевченко? 139. На каком основании модель системы ИК имеет шесть типов, а не семь или пять? 140. Почему реклама — ATL (above the line) носит такое название среди профессионалов? 141. Почему стимулирование сбыта — BTL (below the line) носит такое название среди профессионалов? 142. Что означают связи с общественностью и связи с органами власти — PR для исследований? 143. Какие основания имеются в выборе названия такого типа коммуникации, как цифровые коммуникации для исследований? 144. В чем специфика исследований коммуникации - личные продаж? 145. Какие параметры коммуникации прямой маркетинг — DM (direct marketing) анализируются в исследованиях? 146. Как учитываются в исследованиях каналы запанированных (незапланированных) коммуникации? 147. Кто является субъектом исследований, каким образом будут интерпретированы и использованы результаты исследования коммуникационной сферы? 148. В чем отличие документирования об исследованиях от маркетинга и продвижения продукта или услуги? 149. Почему для исследователя наиболее актуальным и достаточным является характеристика трех типов ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации? 150. Какие направления включают в себя коммуникации ATL (above-the-line)? 151. Какие направления включают в себя коммуникации К BTL-коммуникации?

	152. В чем вы видите единство и разницу коммуникации ATL и BTL? 153. Почему PR (public relations) считается комплексом коммуникационных программ компании, а не единственным видом коммуникации? 154. Какие направления входят в коммуникационные программы компании? 155. Какие коммуникации PR-функций компании могут стать объектом исследования? 156. Как провести исследования отношений с властными структурами, GR (Government Relations)? 157. В чем вы видите разницу между PR, маркетингом и рекламой? 158. Назовите причины, по которым целесообразно компаниям инвестировать в PR? 159. Как вы объясните тезис, что связи с общественностью и маркетинг в Интернет среде по своим целевым задачам практически совпали и в чем вы видите между ними разницу? 160. Правильно ли, что менеджеры по связям с общественностью обеспечивают повышение узнаваемости бренда, подчеркивая его слабые и сильные стороны? 161. Как считаете эффективный PR помогает сохранить репутацию компании в кризис или его имидж и почему это важно исследователям? 162. Почему, когда дело доходит до бизнеса, все начинают высказывать определенное мнение, включая клиентов, владельцев бизнеса, заинтересованные стороны, правительство и общественность и что это означает для исследователя? 163. Какие направления и как они могут стать объектом исследования коммуникации GR (Government Relations)? 164. Лоббирование в некоторых странах регулируется законом о лоббировании, а как оно регулируется у нас в России и какое это имеет значение для работы исследователя коммуникации? 165. Почему только исследователь может обратить внимание как газеты и журналы намеренно разбивают структуру статьи? 166. Как исследователь может реагировать на Радио- и телевизионные программы, которые постоянно прерываются для передачи рекламы? 167. В чем смысл и позитив эффекта ATL для исследователя? 168. Как определить, что масс медиа (mass media) имеют мощную силу воздействия на широкие слои населения? 169. Как формирование мифов и стереотипов используется в СМИ, как механизм «публичного восприятия»? 170. Почему исследователю важно разделять СМИ на два типа: печатные и электронные (или телерадиовещательные)? 171. Какие две основные цели имеет реклама на радио? 172. Какие две основные цели имеет реклама в прессе? 173. В чем сила и преимущество наружной рекламы (outdoor advertising) как части средств массовой коммуникации (СМИ)? 174. Какие разновидности разновидностей наружной рекламы вы можете назвать, назовите не менее пяти? 175. Какова специфика исследования эффективности виды конструкций сити-формата? 176. Как исследователь может понять целесообразность размещения рекламы на остановках, павильоны ожидания городского транспорта? 177. В чем исследователь коммуникации видит преимущества интернет-рекламы? 178. Какие типы интернет-рекламы вы можете назвать и какое э о имеет значение для исследования коммуникации? 179. Назовите несколько основных типов аудиовизуальных материалов? 180. Какие виды рекламы в кинотеатрах вы можете назвать и какое это имеет значение для исследования коммуникации? 181. Что включает в себя: внутренняя реклама в кинотеатрах? 182. Почему важно обращать внимание на демонстрацию роликов на экране? 183. Какое значение имеет реклама в справочниках - публикация рекламных

	объявлений? 184. Как можно использовать такие каналы медиа, как внутреннюю рекламу (indoor advertising)? 185. Какое значение для исследователя имеет мобильная реклама? 186. Каковы основные средства мобильной рекламы? 187. Почему эксперты предсказывают бум мобильной рекламы? 188. Что собой представляет рекламный плакат (poster) и каким образом можно оценить его эффективность? 189. В чем специфика политического плакат, как исследователь может определить эффективность его использования во времени и пространстве? 190. Какое значение для коммуникации имеют символы и логотипы, как оценить их эффективность? 191. В чем специфика и преимущество транзитной рекламы - разновидности и канал наружной медиарекламы? 192. Какие методы исследований коммуникации (рекламы -ATL) вы знаете? 193. Какие теории предлагает в своей книге исследователь СМИ и СМК Р. Харрис? 194. В чем вы видите важность для исследователя теорий воздействия ТВ на аудиторию? 195. В чем вы видите важность для исследователя теории Р. Харриса - теория социализации? 196. С помощью какого специального алгоритма формируется панельная выборка? 197. Как строятся рейтинги радио в отличии от рейтингов ТВ? 198. Как определяется популярность передач и прослушивание рекламы на радио? 199. Какие наиболее эффективные методы определения восприятия обращений целевой аудитории в СМИ? 200. Каковы основные характеристики коммуникации BTL в отличии от ATL? 201. Почему в системе стимулирования сбыта сообщение, призыв к покупке носят прямой индивидуальный характер? 202. Что относится к числу прямой коммуникации, используемые менеджерами по стимулированию сбыта (BTL)? 203. Как исследователи поняли, что продукты продвигаются через вовлечение потребителей в мероприятия, акции, которые способны вызвать чувства, эмоции по отношению к брендам? 204. Объясните, почему в системе коммуникации BTL особое место занимает event -маркетинг (events marketing)? 205. С точки зрения аудитории, на которую направлено воздействие, можно выделить два вида ивентов. 206. Цель – ивентов вызвать эмоциональную привязанность к продукции компании или рационально оценить функциональные ее преимущества? 207. Как назвать коммуникации в форме мероприятия, передающие информацию о компании, ее товарах, услугах и брендах в развлекательной форме? 208. Какое значение имеет для исследователя понимание того, что торговые (продающие) мероприятия проводятся для ограниченного круга участников? 209. Почему событийный маркетинг иногда отождествляется с BTL-мероприятиями, ориентированными на рост продаж товара или услуги в краткосрочном периоде? 210. Какие вы можете назвать методы исследования коммуникации (мероприятий BTL)? 211. Какие общепринятые показатели используются в оценке эффективности ивент-мероприятий? 212. Почему для анализа результатов используется «полоса средних значений», которая позволяет выделять бренды, значительно отличающиеся своей эффективностью или неэффективностью от большинства других? 213. Каковы метрики исследований наиболее популярных вариантов

	проведения промоакций производителями? 214. Какова методика исследований эффективности промоакций? 215. Как определить эффективность использования партизанского маркетинга? 216. Как определяется эффективность программы лояльности? 217. Назовите метрики исследования эффективности программ лояльности? 218. Как измерить эффективность мероприятий, реализуемых в рамках трейд-маркетинга? 219. Почему важно провести предварительное тестирование возможных рекламных средств на выставках и ярмарках в целях их целесообразности применения? 220. Если игровой маркетинг является одной из разновидностей BTL-программ, то как измерить его эффективность? 221. Как измерить эффективность использования купонов на товары / услуги, низкий процент по кредиту, призы и подарки? 222. Зачем перед персоналом выставочного стенда ставится задача фиксировать количество контактов, которые заносятся в дневник стендиста? 223. Почему исследования являются неотъемлемой частью управления связями с общественностью? 224. Почему исследования делают коммуникацию двусторонней за счет сбора информации от общественности, а не односторонней? 225. В каких случаях двустороннее общение, как правило, более эффективно, чем одностороннее? 226. Правда ли, что без проведения исследований связи с общественностью основываются на опыте или инстинктах? 227. Какие простейшие формы являются неформальными методами исследования? 228. Что означает формальное исследование PR? 229. Что означает неформальное исследование PR? 230. Правда ли, что результаты исследования коммуникации PR зависят от деятельности практикующего специалиста? 231. Объясните тот факт, что PR исследователя перешла от наблюдения за большими группами людей, публикой, к более целевым группам? 232. Почему без исследования профессионал не может оценить, с чего начинается программа по связям с общественностью? 233. Какие методы доступны специалисты исследователю PR? 234. Почему ценностные вопросы: «насколько хорошо» или «насколько плохо» что-либо называются качественными? 235. Объясните почему теоретические и прикладные исследователи решают одну и ту же проблему, используя несколько разные подходы? 236. Почему вопросы политики почти всегда носят стратегический характер? 237. Какие коммуникации входят в комплекс паблик рилейшнз? 238. Какие коммуникации относятся к PR-функциям? 239. Какие направления исследования коммуникации в сфере связей с общественностью являются актуальными? 240. Как провести исследование качества лоббирования? 241. Как провести исследование качества благотворительности? 242. Как провести исследование качества фандрайзинга (fund – средства, финансирование, raise – нахождение, сбор) поиск источников финансирования? 243. Как определить качественный результат кризисного PR, кризис-менеджмента, управление в кризисных ситуациях? 244. Как можно оценить работу с благотворительными фондами? 245. Какие методы исследования коммуникации PR используются в оценке внутренних корпоративных коммуникаций? 246. Исследование коммуникаций PR волонтерства зависят от чего? 247. В чем вы видите специфику исследований связей с общественностью -PR? 248. Почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 249. Как вы объясните. Что в отличие от научного исследования,

	неформальное исследования основано на субъективной интуиции или на «авторитете»? 250. Какими принципами следует руководствоваться при проведении исследований по связям с общественностью? 251. На какие вопросы исследователь должен найти ответы в исследованиях PR? 252. С помощью каких мероприятий перед реализацией плана отдельные его элементы могут быть проверены исследователем? 253. Какие существуют четыре основные категории исследований по связям с общественностью? 254. Что позволяют получить первичные исследования в PR? 255. Что позволяют получить вторичное исследования или «кабинетное исследования в PR? 256. Объясните почему процесс PR-исследований ведется преимущественно в онлайн-режиме? 257. Дайте объяснение почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 258. Какова краткая характеристика количественных методов исследований PR? 259. Каковы преимущества и результаты проведения количественных методов исследований используемых в оценке связей с общественностью (PR)? 260. Каковы основные методы сбора количественных данных? 261. Как проводятся Интернет-опросы? 262. Как проводятся телефонные опросы? 263. Как проводятся почтовые опросы? 264. Как проводятся контент-анализ (обычно освещения в СМИ)? 265. Как проводятся оценка коммуникационной активности бренда в социальных медиа? 266. Как проводятся комментарии и иные формы обратной связи? 267. Как можно исследовать коммуникации PR политического кандидата методом наблюдения? 268. Как можно исследовать коммуникации PR на Днях открытых дверей (ДОД) методом наблюдения? 269. Какова общая характеристика качественных методов исследования PR? 270. На какие вопросы дают ответы качественные исследования по связям с общественностью? 271. Почему менеджеры по связям с общественностью часто используют качественные исследования для подтверждения количественных результатов? 272. Какова общая характеристика и назначение метода Холл-тестирования? 273. Какова общая характеристика и назначение ассоциативного теста или теста на неявные ассоциации (IAT)? 274. Какова общая характеристика и назначение метод анализа движения глаз? 275. Каковы цели и целесообразность использования смешанных методов/триангуляции в PR? 276. Почему использование двух или более методов исследования иногда называют триангуляцией? 277. Почем успешная триангуляция требует тщательного анализа типа информации, которую предоставляет каждый метод, включая его сильные и слабые стороны? 278. Почему такие виды исследований как hall-тесты, home-тесты или mystery shoping (тайный покупатель), контент-анализ относят к количественным исследованиям, но в тоже время они содержат в себе и признаки качественных исследований 279. Какова общая характеристика схемы методов маркетинговых исследований (схема профессора Д. А. Шевченко)? 280. Вы согласны с мнением, что социальные сети стали территорией связей с общественностью, где формируется и проверяется общественное, частное и групповое мнение, активно обсуждаются и оцениваются проблемы

	общественного мнения? 281. Вы согласны с тем, что социальные сети сегодня позволят практически любой организации обойти традиционные СМИ и наладить свои отношения напрямую? 282. Какова общая характеристика методики оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко. 283. Для каких целей предназначена методика Д. Шевченко? 284. Почему отслеживание взаимодействия с подписчиков с брендом фирмы происходит как на уровне автоматизации мониторинга? 285. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: оценки дизайн оформления группы, единство фирменного стиля? 286. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: общие показатели страницы? 287. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: динамика подписчиков? 288. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: реакции подписчиков? 289. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: вовлеченность на пост – ERR? 290. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: просмотры контента? 291. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: обратная связь –RR? 292. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: контент-стратегия? 293. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: качество контента (позиционирование бренда)? 294. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: Визуальное восприятие бренда: 295. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: восприятие контента бренда? 296. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: скорость роста аудитории? 297. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: прирост новой аудитории? 298. Как объяснить необходимость и важность оценки качества контента в соцсетях параметра: активность текущей аудитории?
ОПК-5	1. Использование семиотического анализа в коммуникативистике. 2. Исследовательский потенциал нарративного метода. 3. Использование дискурс-анализа при исследовании межкультурной коммуникации 4. Этнографические исследования: соотношение с другими методами. 5. Традиция «культурных исследований» (cultural study) массовой коммуникации. 6. «Исследования восприятия» как направление исследований массовой коммуникации. 7. Концепция кодирования-декодирования С.Холла. 8. Исследования медиа в контексте повседневности: отечественная традиция. 9. Русское коммуникативное поведение в PR-текстах. 10. Сильные позиции PR-текстов. 11. Западная традиция качественного подхода в исследованиях социальной коммуникации.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70134 5 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3742-1. – DOI 10.23681/701345 . – Текст : электронный.

Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3640-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/533057

5.1.2. Дополнительная литература

Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/533340

Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/497799

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае

служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими

средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОММУНИКАЦИИ В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **5**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **11**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11
3.2. Задания для самостоятельной работы 11
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 12
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **13**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 13
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 13
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 15
4.5. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 16
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **22**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 22
5.1.1. Основная литература 22
5.1.2. Дополнительная литература 23
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 23
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 25
5.4.1. Средства информационных технологий 25
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 25
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 25
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 25
5.6. Образовательные технологии 26
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **27**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере маркетинговых и социальных коммуникаций в некоммерческой сфере с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины(модуля):

1. формирование системы знаний о видах, средства и особенностях маркетинговых коммуникаций, применяемых в некоммерческих организациях;
2. овладение навыками разрабатывать программы маркетинговых коммуникаций для продвижения социальных услуг;
3. формирование представлений о сущности, особенностях, средствах и методах социальной рекламы и социального пиар;
4. формирование навыков составления рекламных и пиар-обращения для решения актуальных социальных проблем;
5. формирование навыков создания иллюстрированных макетов социорекламных объявлений.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ОПК-7 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: методику 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 Уметь: анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей	Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Уметь: осуществлять отбор информации,

	с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	12	12			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	36	36			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	14	14			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	87	87			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 7)											
Раздел 1. Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	28	12	16	4		8				4	
Тема 1.1. Сущность некоммерческой сферы и виды коммуникаций в ней	14	6	8	2		4				2	
Тема 1.2. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	14	6	8	2		4				2	
Раздел 2. Социальная реклама	32	12	20	6		10				4	
Тема 2.1. Сущность, особенности и правовое регулирование социальной рекламы	16	6	10	2		6				2	
Тема 2.2. Средства и методы социальной рекламы	16	6	10	4		4				2	
Раздел 3. Социальный пиар	30	12	18	4		10				4	
Тема 3.1. Сущность и особенности социального пиар	16	6	10	2		6				2	
Тема 3.2. Средства и методы социального пиар	14	6	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**										
Общий объем, часов	**108**	**36**	**54**	**14**		**28**				**12**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ельная я**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 Сессия 3-4)											
Раздел 1. Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Сущность некоммерческой сферы и виды коммуникаций в ней	17	15	2			2					
Тема 1.2. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	17	15	2	2							
Раздел 2. Социальная реклама	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. Сущность, особенности и правовое регулирование социальной рекламы	17	15	2			2					
Тема 2.2. Средства и методы социальной рекламы	17	15	2	2							
Раздел 3. Социальный пиар	31	27	4			4					
Тема 3.1. Сущность и особенности социального пиар	12	10	2			2					
Тема 3.2. Средства и методы социального пиар	19	17	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**108**	**87**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОММУНИКАЦИЙ В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Тема 1.1. Сущность некоммерческой сферы и виды коммуникаций в ней

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и сущность некоммерческой сферы.

Виды некоммерческих организаций.

Социальные услуги.

Социальные проблемы.

Основные направления и виды коммуникаций в некоммерческой сфере.

Тема 1.2. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях

Перечень изучаемых элементов содержания

Особенности маркетинговых коммуникаций в некоммерческих организациях.

Реклама социальных услуг.
Личная продажа социальных услуг.
Методы стимулирования сбыта социальных услуг.
Связи с общественностью некоммерческих организаций.
Брендинг в некоммерческой сфере.

Задания к практическим занятиям раздела 1.

Тема практических занятий: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОММУНИКАЦИЙ В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Форма практических заданий: контрольная работа, дискуссии по темам контрольных работ, выполнение задания

Перечень тем контрольных работ:

1. Планирование и реализация коммуникационной стратегии для некоммерческой организации.
2. Что означает коммуникационная стратегия и политика НКО, в чем их взаимосвязь?
3. Почему связи с общественность являются ведущей технологией в реализации коммуникационной политики (КП) НКО?
4. Каковы основанные направления реализации PR НКО?
5. Каковы основные направления планирования КП НКО?
6. Дайте характеристику трем ведущим целям НКО?
7. Как НКО используют тактический инструмент фреймворк SMART в работе по достижению целей организации?
8. Какие критерии реализуют цели в матрице СМАРТ (используйте инфографику)?
9. Каковы слабые и сильные стороны инструмента СМАРТ по работе с целями?
10. Почему определение целевой аудитории (ЦА) является важным шагом в КП НКО?
11. Почему обмен сообщениями является важным шагом в реализации КП НКО?
12. Как вы можете определить наиболее эффективные способы доставки сообщений для ЦА?
13. Что означает выражение «ЦА движется по "воронке"», приведите конкретный пример?
14. Каковы основные характеристики работы воронки для решения задач НКО на разных этапах ее коммуникационной активности?
15. Как вы охарактеризуете стратегию и тактику цифрового маркетинга –микс НКО по версии профессора Д. Шевченко?
16. Почему факторы маркетинга-микс являются взаимосвязанными и взаимоопыляемыми?
17. Какую роль играет фактор SEO в реализации КП НКО?
18. Какую роль играет фактор SMM в реализации КП НКО?
19. Какую роль играет фактор контент-маркетинг в реализации КП НКО?
20. Какую роль играет фактор продвижение (реклама) в реализации КП НКО?
21. Какую роль играет электронный маркетинг (эл. почта) в реализации КП НКО?
22. Какую роль играет технология прямого маркетинга (CRM) в реализации КП НКО?
23. Что собой представляет стратегический план цифрового маркетинга НКО?
24. Какие основные направления должны быть включены в разработку маркетинговой онлайн кампания НКО?
25. Каковы наиболее актуальные проблемы в реализации КП НКО на современном этапе?

Примеры заданий:

Задание №1. Разработайте план привлечения средств в некоммерческий сектор (вуз, поликлиника и пр.), используя технологию спонсорства. Задание №2. Разработайте план привлечения средств в некоммерческий сектор, используя любые формы благотворительности

Рубежный контроль к разделу 1.

Форма рубежного контроля:

Название задания рубежного контроля: практико-ориентированное задание

РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Тема 2.1. Сущность, особенности и правовое регулирование социальной рекламы

Перечень изучаемых элементов содержания

Определения социальной рекламы.
цели, задачи и сфера применения социальной рекламы.
Отличительные особенности социальной рекламы.
Появление социальной рекламы в США и в России.
Правовое регулирование социальной рекламы в Российской Федерации.

Тема 2.2. Средства и методы социальной рекламы
Перечень изучаемых элементов содержания
Средства социальной рекламы.
Мотивация потребителей социальной рекламы.
Общие правила создания социальной рекламы.
Методы психологического воздействия социальной рекламы на потребителя.
Задания к практическим занятиям раздела 2.
Тема практических занятий: СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссии по темам контрольных работ, выполнение задания
Перечень тем контрольных работ:
1. Что такое социальная реклама и почему она выведена в Законе о Рекламе в отельную строку?
2. Какой закон и как он регулирует размещение социальной рекламы в Интернет?
3. Что такое социальная рекламная кампания?
4. Какие основные задачи решает НКО в продвижении социальной рекламы?
5. Какие характерные черты присущи PR – кампании НКО?
6. Какие задачи в продвижении социальной рекламы решает НКО в социальной сети?
7. Какую пользу приносит размещение хештегов?
8. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы ВКонтакте?
9. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы TikTok?
10. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы в Telegram?
11. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы в YouTube?
12. Как эффективно использовать таргетированная рекламу в соцсетях?
13. Как работа с сайтом отражается на эффективности продвижении услуг НКО?
14. В чем вы видите эффективность использования E-mail рассылки?
15. Как работа с BTL и спецпроекты отражается на эффективности продвижения услуг НКО?
16. В чем вы видите эффективность работы со СМИ?

Примеры заданий:
Задание № 1. В командной работе выясните, как относятся студенты к участию в волонтёрском движении. Проведите опрос по теме волонтёрского участия среди студентов, выберите себе наиболее подходящий метод сбора информации. Задание № 2. Используйте метод кабинетного исследования на предмет сбора информации о лучших практиках среди НКО в привлечении волонтеров для реализации своих социальных проектах. Найдите 2-3 кейса наиболее эффективного для обеих сторон волонтёрского участия в продвижении цели НКО.
Рубежный контроль к разделу 2.
Форма рубежного контроля:
Название задания рубежного контроля: практико-ориентированное задание

РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНЫЙ ПИАР
Тема 3.1. Сущность и особенности социального пиар
Перечень изучаемых элементов содержания
Определения социального пиар.
цели, задачи и сфера применения социального пиар.
Различия социальной рекламы и социального пиар.

Тема 3.2. Средства и методы социального пиар
Перечень изучаемых элементов содержания

Средства социального пиар.
Методы прямого и скрытого воздействия социального пиар на общественное сознание.
Убеждение как метод воздействия социального пиар на общественное сознание.
Методы манипулирования общественным сознанием в социальном пиар.

Задания к практическим занятиям раздела 3.

Тема практических занятий: СОЦИАЛЬНЫЙ ПИАР

Форма практических заданий: контрольная работа, дискуссии по темам контрольных работ, выполнение задания

Перечень тем контрольных работ:

1. Что такое социальный проект?
2. Что собой представляет проектная деятельность в НКО?
3. В каких основных формах может осуществляться проект?
4. Какие направления являются объектами проектной деятельности в социокультурной сфере?
5. Как характеризуется планирование проектной деятельности НКО?
6. Что собой представляет бизнес-план?
7. Какие этапы бизнес-планирования вы можете назвать и обосновать их необходимость?
8. Как можно составить бюджет проекта на основе материалов лекции?
9. С какими проблемами сталкивается команда и руководство НКО в процессе бизнес-планирования?
10. Какие метрики эффективности существуют на выходе реализации бизнес плана
11. Что такое коммуникационная политика (КП) НКО?
12. Что такое маркетинговое обращение, маркетинговая коммуникация?
13. Какие и почему ценности никоторых слов могут превзойти информационную часть коммуникационное кампании, с чем это связано?
14. Почему медиаплан называют каналом доставки информации до ЦА?
15. При каких условиях можно ожидать от коммуникационных посланий синергетический эффект?
16. Что собой представляют интегрированные маркетинговые коммуникации, (ИМК)?
17. Почему Интернет позволяет осуществлять маркетинговые коммуникации со значительно большей эффективностью, чем традиционные СМИ?
18. Что собой представляет и какие шесть видов коммуникаций входят в модель ИМК профессора Д. Шевченко?
19. Дайте характеристику таким каналам коммуникаций как ATL и BTL?
20. Какие формы и виды коммуникаций относятся к каналам PR/GR?
21. Чем отличаются коммуникации ATL и BTL, PR/GR друг от друга?
22. Какие виды коммуникаций относятся к каналам ИМК, как личные продажи, прямой маркетинг?
23. Что собой представляют цифровые коммуникации (онлайн, интерактивные, таргетированные коммуникации)?
24. В чем состоит особенность и отличительные характеристики цифровых коммуникаций от традиционных видов коммуникаций?
25. Какие виды каналов передачи, доставки информации и создания продукта относятся к цифровым коммуникациям НКО?
26. Что собой представляет вирусная коммуникация, приведите примеры НКО?
27. Что такое партизанский маркетинг и реклама, приведите примеры НКО?
28. Как используется и как можно использовать рекламу в приложениях для НКО?

Примеры заданий:

Задание №1. Каким образом пропаганда в СМИ может внести свой вклад в изменение поведения отельных членов общества? Задание №2. Какой набор по модели ИМК Д. Шевченко можно закладывать в медиаплан при продвижении социального проекта по вашему выбору. Составьте бюджет и обоснуйте его эффективность. Задание № 3. Разработайте коммуникационные (рекламные) обращение для размещения в SMM (в группах) с целью привлечения внимания к социальным проблемам студентов РГСУ, возможно, характерных для всех вузов!

Рубежный контроль к разделу 3.
Форма рубежного контроля: практико-ориентированное задание

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Социальная реклама	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Социальный пиар	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Некоммерческая сфера - третий сектор экономики.
2. Виды некоммерческих организаций. Характеристика НКО.
3. Классификация социальных услуг.
4. Актуальные социальные проблемы в России и в мире.
5. Маркетинговые и социальные коммуникации в некоммерческой сфере.

Тема рефератов к Разделу 1:

1. Средства и особенности рекламы социальных услуг.
2. Формы личной продажи социальных услуг.
3. Методы стимулирования продаж социальных услуг.
4. Средства связей с общественностью некоммерческих организаций.
5. Атрибуты брендов в некоммерческой сфере.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Общность и различия понятий «социальная реклама», «некоммерческая реклама», «общественная реклама».
2. Задачи и функции социальной рекламы.
3. Коммерческая и социальная реклама: сходства и различия.
4. Зарождение и развитие социальной рекламы в США.
5. Состояние и перспективы развития социальной рекламы в России.

Тема рефератов к Разделу 2:

1. Основные и нестандартные средства социальной рекламы.
2. Потребительские мотивы в социальной рекламе.
3. Методы прямого воздействия социальной рекламы на потребителя.
4. Методы скрытого воздействия социальной рекламы на потребителя.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Задачи и функции социального пиар.
2. Социальная реклама и социальный пиар: сходства и различия.
3. Опыт социального пиар в современной России.
4. Основные средства социального пиар.

Тема рефератов к Разделу 3:

1. Психологическое воздействие социального пиар на общественное сознание.
2. Аргументы для убеждения потребителей в социальном пиар.
3. Психологические установки и стереотипы в социальном пиар.
4. Психологическое воздействие социального пиар методом лингвистического манипулирования.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа, выполнение задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить

обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	Практико-ориентированное задание	Задание № 1. Используя инфографику фреймворк СМАРТ сформулируйте конкретную цель организации на определенный временной период и охарактеризуйте их достижения по критериям матрицы. Желательно выбрать организацию, соответствующей направлению вашей профессиональной подготовки.
		Практико-ориентированное задание	Задание № 2. На основании методики профессора Шевченко Д.А. цифрового маркетингамикс, создайте коммуникационный план продвижения НКО.
2.	Раздел 2. Социальная реклама	Практико-ориентированное задание	Задание. № 1 На основании представленного кейса компании Apollo-8, проведите анализ и дайте характеристику основным моментам планирования и реализации социальной рекламы?
		Практико-ориентированное задание	Задание № 2. На основании представленного кейса компании Apollo-8, опираясь на инструменты продвижения социальной рекламы в Сети, разработайте собственный план размещения (версию) социальной рекламы.
3	Раздел 3. Социальный пиар	Практико-ориентированное задание	Задание № 1. Создайте команду проекта (4-5 человек). Выберите руководителя команды. Определите роли: финансиста, аналитика рынка, менеджеров проекта. Определите тему проекта, ее цель. Разработайте социальный проект для НКО по привлечению средств.
		Практико-ориентированное задание	Задание № 2. На основе материалов лекции и самостоятельного изучения темы, в команде, составьте бизнес-план выбранного вами проекта.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Планирование и реализация коммуникационной стратегии для некоммерческой организации. 2. Что означает коммуникационная стратегия и политика НКО, в чем их взаимосвязь? 3. Почему связи с общественность являются ведущей технологией в реализации коммуникационной политики (КП) НКО? 4. Каковы основанные направления реализации PR НКО? 5. Каковы основные направления планирования КП НКО? 6. Дайте характеристику трем ведущим целям НКО? 7. Как НКО используют тактический инструмент фреймворк SMART в работе по достижению целей организации? 8. Какие критерии реализуют цели в матрице СМАРТ (используйте инфографику)? 9. Каковы слабые и сильные стороны инструмента СМАРТ по работе с целями? 10. Почему определение целевой аудитории (ЦА) является важным шагом в КП НКО? 11. Почему обмен сообщениями является важным шагом в реализации КП НКО? 12. Как вы можете определить наиболее эффективные способы доставки сообщений для ЦА? 13. Что означает выражение «ЦА движется по "воронке"», приведите конкретный пример? 14. Каковы основные характеристики работы воронки для решения задач НКО на разных этапах ее коммуникационной активности? 15. Как вы охарактеризуете стратегию и тактику цифрового маркетинга –микс НКО по версии профессора Д. Шевченко? 16. Почему факторы маркетинга-микс являются взаимосвязанными и взаимоопыляемыми? 17. Какую роль играет фактор SEO в реализации КП НКО? 18. Какую роль играет фактор SMM в реализации КП НКО? 19. Какую роль играет фактор контент-маркетинг в реализации КП НКО? 20. Какую роль играет фактор продвижение (реклама) в реализации КП НКО? 21. Какую роль играет электронный маркетинг (эл. почта) в реализации КП НКО? 22. Какую роль играет технология прямого маркетинга (CRM) в реализации КП НКО? 23. Что собой представляет стратегический план цифрового маркетинга НКО? 24. Какие основные направления должны быть включены в разработку маркетинговой онлайн кампания НКО?

	25. Каковы наиболее актуальные проблемы в реализации КП НКО на современном этапе? 26. Что такое социальная реклама и почему она выведена в Законе о Рекламе в отельную строку? 27. Какой закон и как он регулирует размещение социальной рекламы в Интернет? 28. Что такое социальная рекламная кампания? 29. Какие основные задачи решает НКО в продвижении социальной рекламы? 30. Какие характерные черты присущи PR – кампании НКО? 31. Какие задачи в продвижении социальной рекламы решает НКО в социальной сети? 32. Какую пользу приносит размещение хештегов? 33. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы ВКонтакте? 34. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы TikTok? 35. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы в Telegram? 36. Какие задачи и как эффективно может решить размещение социальной рекламы в YouTube? 37. Как эффективно использовать таргетированная рекламу в соцсетях? 38. Как работа с сайтом отражается на эффективности продвижении услуг НКО? 39. В чем вы видите эффективность использования E-mail рассылки? 40. Как работа с BTL и спецпроекты отражается на эффективности продвижения услуг НКО? 41. В чем вы видите эффективность работы со СМИ? 42. Что такое социальный проект? 43. Что собой представляет проектная деятельность в НКО? 44. В каких основных формах может осуществляться проект? 45. Какие направления являются объектами проектной деятельности в социокультурной сфере? 46. Как характеризуется планирование проектной деятельности НКО? 47. Что собой представляет бизнес-план? 48. Какие этапы бизнес-планирования вы можете назвать и обосновать их необходимость? 49. Как можно составить бюджет проекта на основе материалов лекции? 50. С какими проблемами сталкивается команда и руководство НКО в процессе бизнес-планирования? 51. Какие метрики эффективности существуют на выходе реализации бизнес плана 52. Что такое коммуникационная политика (КП) НКО? 53. Что такое маркетинговое обращение, маркетинговая коммуникация? 54. Какие и почему ценности никоторых слов могут превзойти 55. информационную часть коммуникационное кампании, с чем это связано? 56. Почему медиаплан называют каналом доставки информации до ЦА? 57. При каких условиях можно ожидать от коммуникационных посланий синергетический эффект?

	58. Что собой представляют интегрированные маркетинговые коммуникации, (ИМК)? 59. Почему Интернет позволяет осуществлять маркетинговые коммуникации 60. со значительно большей эффективностью, чем традиционные СМИ? 61. Что собой представляет и какие шесть видов коммуникаций входят в модель ИМК профессора Д. Шевченко? 62. Дайте характеристику таким каналам коммуникаций как ATL и BTL? 63. Какие формы и виды коммуникаций относятся к каналам PR/GR? 64. Чем отличаются коммуникации ATL и BTL, PR/GR друг от друга? 65. Какие виды коммуникаций относятся к каналам ИМК, как личные продажи, прямой маркетинг? 66. Что собой представляют цифровые коммуникации (онлайн, интерактивные, таргетированные коммуникации)? 67. В чем состоит особенность и отличительные характеристики цифровых коммуникаций от традиционных видов коммуникаций? 68. Какие виды каналов передачи, доставки информации и создания продукта относятся к цифровым коммуникациям НКО? 69. Что собой представляет вирусная коммуникация, приведите примеры НКО? 70. Что такое партизанский маркетинг и реклама, приведите примеры НКО? 71. Как используется и как можно использовать рекламу в приложениях для НКО? 72. Какие преимущества может дать участие НКЛ в вебинарах, семинарах, фестивалях? 73. Какую роль и какие отношения развивает НКО с фондами? 74. Как можно стимулировать программы благотворительности через блогеров, влиятельных лиц Сети. 75. Как измеряется эффективность PR НКО? 76. Каковы основные принципы волонтёрского движения? 77. Каковы основные задачи волонтерского движения? 78. Какова общемировая практика волонтёрского движения и чем оно отличается в России? 79. В чем специфика волонтёрской деятельности образовательных организаций 80. Какие основные задачи волонтерского движения в образовательных учреждениях среднего профессионального образования – СПО? 81. Какие формы и методы используются борьбе с лжеволнтерами? Как реагируют НКО на изменившуюся ситуацию с развитием Интернет-коммуникаций? 82. Каким образом облачные технологии могут повлиять на деятельность НКО? 83. Как краудфандинговые технологии используются НКО? 84. Каким образом стриминговые технологии могут быть использованы в некоммерческой сфере? 85. Каким образом используются мобильные возможности сборе средств для благотворительных целей? 86. Каковы основанные требования к контенту сайта НКО? 87. Почему часть контента сайта должна быть переведена на английский язык?

	88. Как целевая аудитория может влиять на выбор структуры контента (рубрик) на сайте НКО? 89. Какое значение имеет правильно организованная навигация на сайте НКО? 90. Как определить интерактивность, обратную связь на сайте НКО? 91. Объясните, почему наличие внутренней информационной системы влияет на эффективность менеджмента НКО? 92. Как SEO оптимизация сайта может улучшить деятельность НКО в Интернет? 93. Какова роль социальных сетей в продвижении программ и идей НКО? 94. Каким образом генерируется трафик на сайт в социальных сетях? 95. Каким образом социальные сети позволяют регулировать и оказывать 96. позитивное воздействие на повышение управления волонтёрскими 97. программами? 98. Каким образом и какое влияние на продвижение программ НКО может 99. оказать технология партизанского маркетинг в SMM? 100. Каким образом НКО может воспользоваться преимуществами 101. партнерского маркетинга, влиятельными лицами для продвижения своих 102. программ? 103. Какую роль могут сыграть новые медиа в продвижении проектов НКО? 104. Какие виды коммуникаций можно отнести к новым медиа? 105. Что собой представляет таргетированная реклама и как ею может 106. воспользоваться НКО? 107. Какие виды медиа являются заработанными и как они используются 108. НКО? 109. Приведите пример использования сарафанного маркетинга в достижении 110. целей НКО? 111. Что собой представляет баннерная реклама и как ею может 112. воспользоваться НКО? 113. Что собой представляет контекстная реклама и как ею может 114. воспользоваться НКО? 115. Что собой представляет видеореклама и как ею может воспользоваться 116. НКО?
ОПК-7	117. Каковы основные источники в сложившейся системе финансирования деятельности НКО? 118. В чем особенности финансирования политических партий? 119. В чем особенности финансирования образовательных организаций? 120. Как используется фандрайзинг НКО на примере образовательной организации? 121. Что собой представляет корпоративная благотворительность образовательной организации? 122. Как вы охарактеризуете феномен лоббирования в России?

	123. Что собой представляет спонсорство образовательной организации? 124. В чем вы видите разницу между благотворительностью и спонсорством? 125. Что собой представляет меценатство образовательной организации? 126. Какие меценатские программы реализуются в России и кем конкретно? 127. Что собой представляет филантропия об образовательной организации? 128. В чем вы видите разницу между донорами, меценатами и спонсорами? 129. Каковы основные направления благотворительности в НКО? 130. Почему проводиться маркетинговые исследования специалистами или аутсорсингу НКО? 131. Что собой представляют маркетинговые исследования рынка? 132. Какие основные виды исследований (классы) вы знаете? 133. В каком случае целесообразно использовать кабинетные исследования? 134. Каковы источники данных для сбора необходимой информации вы можете назвать? 135. Какими источниками данных можно воспользоваться в Сети? 136. Что собой представляют количественные методы исследования? 137. Каковы методы получения первичной информации при полевом исследовании? 138. Что собой представляют количественные методы исследования в PR? 139. Что собой представляют качественные методы исследования? 140. Каковы методы получения информации используются при качественном исследовании? 141. Что собой представляет и как можно воспользоваться таким инструментом сбора информации как личное интервью? 142. Что собой представляет и как можно воспользоваться таким инструментом сбора информации как анкета? 143. Что собой представляет и как можно воспользоваться таким инструментом сбора информации как фокус-группа? 144. Что такое коммуникационная политика (КП) НКО? 145. Что такое маркетинговое обращение, маркетинговая коммуникация? 146. Какие и почему ценности никоторых слов могут превзойти 147. информационную часть коммуникационное кампании, с чем это связано? 148. Почему медиаплан называют каналом доставки информации до ЦА? 149. При каких условиях можно ожидать от коммуникационных посланий 150. синергетический эффект? 151. Что собой представляют интегрированные маркетинговые коммуникации,(ИМК)?

	152. Почему Интернет позволяет осуществлять маркетинговые коммуникации 153. со значительно большей эффективностью, чем традиционные СМИ? 154. Что собой представляет и какие шесть видов коммуникаций входят в 155. модель ИМК профессора Д. Шевченко? 156. Дайте характеристику таким каналам коммуникаций как ATL и BTL? 157. Какие формы и виды коммуникаций относятся к каналам PR/GR? 158. Чем отличаются коммуникации ATL и BTL, PR/GR друг от друга? 159. Какие виды коммуникаций относятся к каналам ИМК, как личные 160. продажи, прямой маркетинг? 161. Что собой представляют цифровые коммуникации (онлайн, 162. интерактивные, таргетированные коммуникации)? 163. В чем состоит особенность и отличительные характеристики цифровых 164. коммуникаций от традиционных видов коммуникаций? 165. Какие виды каналов передачи, доставки информации и создания продукта 166. относятся к цифровым коммуникациям НКО? 167. Что собой представляет вирусная коммуникация, приведите примеры НКО? 168. Что такое партизанский маркетинг и реклама, приведите примеры НКО? 169. Как используется и как можно использовать рекламу в приложениях для НКО? Что такое медиарилейшнз НКО? 170. Какие проблемы и с чем сталкивается НКО в отношениях со СМИ? 171. Дайте определение и охарактеризуйте подходы к определению медиа 172. аудитории НКО? 173. Какие форма и методы используются в онтогениях взаимодействия с 174. журналистами, СМИ? 175. Как ведут себя НКО во время кризиса пандемии? 176. Какие формы выхода из кризиса моно использовать НКО? 177. Какие инструменты наиболее эффективные в работе с прессой? 178. Какую роль играет презентация социального проекта НКО?

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 204 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475). – Библиогр.: с. 195-196. – ISBN 978-5-4499-3049-1. – DOI 10.23681/686475. – Текст : электронный.

Корягина, Н. А. Эффективные коммуникации. Социальная компетентность личности : учебное пособие для вузов / Н. А. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18144-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/534386

Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544116

5.1.2. Дополнительная литература

GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536278

Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15901-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/539699

Войниканис, Е. А. Правовое регулирование информационных отношений в сфере защиты информации с ограниченным доступом : учебное пособие для вузов / Е. А. Войниканис ; под редакцией М. А. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 57 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17204-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544885

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае

служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими

средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 7
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 9
3.1.1. Основная литература 9
3.1.2. Дополнительная литература 9
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 9
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 10
3.3.1. Средства информационных технологий 10
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 10
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 10
3.4. Образовательные технологии 11
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 12
Приложение 1. 13
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 13
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 18
Приложение 2. 23
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 23
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 23
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 27
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 38
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 40
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 44

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) – сформировать у студентов понимание ключевых аспектов развития информационного общества, его технологических, социальных, экономических и культурных последствий. В рамках курса рассматриваются основные тенденции цифровизации, роль информационных технологий в трансформации общественных процессов, а также вопросы информационной безопасности, этики и права в цифровую эпоху. Дисциплина направлена на развитие у студентов критического мышления и навыков анализа современных информационных процессов, необходимых для успешной профессиональной деятельности в условиях цифровой экономики.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучить теоретические основы информационного общества: рассмотреть ключевые концепции, этапы становления и развития информационного общества, а также его основные характеристики и признаки.
2. Анализировать влияние информационных технологий на общество: исследовать роль цифровых технологий в трансформации экономики, культуры, образования, политики и социальных отношений.
3. Развить навыки критического мышления и работы с информацией: научить студентов оценивать риски и возможности цифровой среды, включая вопросы информационной безопасности, этики и правового регулирования в условиях цифровизации.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает: ключевые тенденции развития цифровых технологий и их влияние на профессиональную деятельность. Умеет: применять механизмы конкретных медиакоммуникационных систем для решения профессиональных задач. Владеет: навыками критического анализа медиакоммуникационных процессов и их влияния на общество. Навыками работы с информационными технологиями и цифровыми инструментами для эффективной коммуникации и решения профессиональных задач.
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**72**	**72**
Лекционные занятия	12	12
из них: в форме практической подготовки		
Практические занятия	44	44
из них: в форме практической подготовки		
Консультации	16	16
из них: в форме практической подготовки		
Самостоятельная работа обучающихся	**63**	**63**
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*	*Зачет с оценкой*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1
		Сессия 1-2
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**16**	**16**
Лекционные занятия	8	8
из них: в форме практической подготовки		
Практические занятия	8	8
из них: в форме практической подготовки		
Самостоятельная работа обучающихся	**124**	**124**
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*	*Зачет с оценкой*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	ятельная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 2)											
Раздел 1. Теоретические основы информационного общества	**32**	**16**	**16**	**2**		**10**				**4**	
Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества	18	8	10	2		6				2	
Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества	14	8	6			4				2	
Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества	**32**	**16**	**16**	**2**		**10**				**4**	
Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества	16	8	8			6				2	
Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты	16	8	8	2		4				2	
Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации	35	15	20	4		12				4	
Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование	17	7	10	2		6				2	
Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия	18	8	10	2		6				2	
Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе	36	16	20	4		12				4	
Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности	18	8	10	2		6				2	
Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных	18	8	10	2		6				2	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**63**	**72**	**12**		**44**				**16**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**ятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (курс 1, сессия 1–2)											
Раздел 1. Теоретические основы информационного общества	**35**	31	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества	18	16	2	2							
Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества	17	15	2			2					
Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества	**35**	31	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества	18	16	2	2							
Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты	17	15	2			2					
Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации	**35**	31	4	2		2					
Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование	18	16	2			2					
Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия	17	15	2	2							
Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе	**35**	31	4	2		2					
Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности	18	16	2	2							
Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**144**	**124**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы ин-формационного общества
Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества.
Перечень изучаемых элементов содержания

Определение информационного общества: ключевые характеристики и признаки. Исторические этапы становления информационного общества: от аграрного и индустриального к постиндустриальному этапу. Теоретические подходы к изучению информационного общества: концепции Д. Белла, М. Кастельса, Й. Масуды. Роль информационных технологий в формировании современного общества.

Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества

Перечень изучаемых элементов содержания.

Основные признаки информационного общества: информатизация, цифровизация, глобализация. Информация как ключевой ресурс: её производство, распространение и потребление. Роль знаний и инноваций в экономике информационного общества. Социальные и культурные изменения, вызванные развитием информационных технологий.

РАЗДЕЛ 2. Технологические аспекты информационного общества

Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные цифровые технологии: интернет, мобильные технологии, облачные вычисления, большие данные. Влияние цифровых технологий на экономику: цифровая трансформация бизнеса, электронная коммерция, цифровые платформы. Социальные последствия цифровизации: изменение форм коммуникации, цифровая грамотность, новые профессии. Примеры технологических инноваций и их влияние на общество: искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей.

Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие информационной инфраструктуры: технические, программные и организационные компоненты. Роль телекоммуникационных сетей и центров обработки данных в информационном обществе. Национальные и глобальные информационные системы: их функции и значение. Проблемы развития информационной инфраструктуры: цифровое неравенство, доступность и устойчивость.

РАЗДЕЛ 3. Социальные и культурные последствия цифровизации

Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование.

Перечень изучаемых элементов содержания

Цифровизация культуры: новые формы искусства, медиапотребления и творчества. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы. Изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты) в цифровую эпоху. Культурная глобализация и сохранение локальной идентичности в условиях цифровизации.

Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия.

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие цифрового неравенства: доступ к технологиям, навыки, возможности. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству: возрастные, экономические и географические аспекты. Последствия цифрового неравенства для образования, занятости и социальной мобильности. Стратегии преодоления цифрового неравенства: государственные и международные инициативы.

РАЗДЕЛ 4. Этика и безопасность в ин-формационном обществе

Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этические проблемы цифровой среды: конфиденциальность, приватность, манипуляция данными. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий: профессиональная этика и кодексы поведения. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта и автоматизированных систем. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям и их разработчикам.

Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных. Перечень изучаемых элементов содержания

Основные угрозы информационной безопасности: кибератаки, утечки данных, вредоносное ПО. Методы защиты информации: криптография, аутентификация, резервное копирование. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности: цифровая гигиена и осведомлённость. Современные подходы к управлению информационными рисками: стратегии и инструменты.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. *Шапцев, В. А. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19840-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557224*
2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18716-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561243

3.1.2. Дополнительная литература

1. *Информационное право : учебник для вузов / Н. Н. Ковалева [и др.] ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13786-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/567645*
2. Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068 (дата обращения: 24.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4771-0. – DOI 10.23681/718068. – Текст : электронный. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=75058528
3. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 427 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18043-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559788

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользо-	http://biblioclub.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
		вателей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Теоретические основы информационного общества**	Реферат	1. Концепция информационного общества: основные этапы развития. 2. Теории информационного общества: сравнительный анализ подходов Д. Белла, М. Кастельса и Й. Масуды. 3. Роль информационных технологий в формировании постиндустриального общества. 4. Информация как ключевой ресурс современного общества. 5. Глобализация и её влияние на развитие информационного общества. 6. Цифровизация как основной тренд современного общества. 7. Социальные изменения в условиях информационного общества. 8. Культурные аспекты развития информационного общества. 9. Экономика знаний: особенности и перспективы. 10. Информационное общество и проблемы цифрового неравенства. 11. Роль образования в формировании информационного общества. 12. Информационная инфраструктура: понятие и основные компоненты. 13. Влияние интернета на развитие информационного общества. 14. Информационное общество и проблемы информационной безопасно-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			сти. 15. Этические аспекты развития информационного общества. 16. Роль государства в формировании информационного общества. 17. Информационное общество и новые формы социальной коммуникации. 18. Информационное общество и трансформация трудовых отношений. 19. Роль инноваций в развитии информационного общества. 20. Информационное общество и проблемы цифровой грамотности. 21. Информационное общество и изменение роли традиционных СМИ. 22. Информационное общество и новые формы культурного потребления. 23. Информационное общество и проблемы приватности данных. 24. Информационное общество и вызовы цифровой экономики. 25. Информационное общество и экологические аспекты цифровизации. 26. Информационное общество и роль искусственного интеллекта. 27. Информационное общество и проблемы цифровой идентичности. 28. Информационное общество и трансформация политических процессов. 29. Информационное общество и роль больших данных. 30. Информационное общество и будущее человечества: прогнозы и сценарии.
2.	**Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества**	Контрольная работа	1. Основные цифровые технологии и их роль в современном обществе. 2. Влияние интернета на трансформацию экономики и социальных отношений. 3. Мобильные технологии и их значение в информационном обществе. 4. Облачные вычисления: преимущества и риски для бизнеса и обще-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			ства. 5. Большие данные: понятие, применение и социальные последствия. 6. Искусственный интеллект и его роль в развитии информационного общества. 7. Блокчейн-технологии: принципы работы и области применения. 8. Интернет вещей: возможности и вызовы для общества. 9. Цифровая трансформация бизнеса: основные этапы и примеры. 10. Электронная коммерция: тенденции и перспективы развития. 11. Цифровые платформы и их влияние на рынок труда. 12. Роль телекоммуникационных сетей в информационном обществе. 13. Центры обработки данных: функции и значение для экономики. 14. Национальные информационные системы: цели и задачи. 15. Глобальные информационные системы: примеры и их влияние на общество. 16. Проблемы цифрового неравенства в развитии информационной инфраструктуры. 17. Устойчивость информационной инфраструктуры: риски и решения. 18. Цифровые технологии и их влияние на образование. 19. Роль цифровых технологий в здравоохранении. 20. Цифровизация государственных услуг: преимущества и недостатки. 21. Цифровые технологии и их влияние на культуру и искусство. 22. Роль цифровых технологий в развитии науки и инноваций. 23. Цифровые технологии и их влияние на экологию. 24. Проблемы кибербезопасности в условиях цифровизации. 25. Цифровые технологии и их роль в формировании "умных городов". 26. Роботизация и её влияние на рынок труда. 27. Цифровые технологии и их роль в борьбе с глобальными вызовами. 28. Эволюция цифровых технологий: от

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			прошлого к будущему. 29. Цифровые технологии и их влияние на политические процессы. 30. Будущее цифровых технологий: прогнозы и сценарии.
	Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации		1. Влияние цифровизации на формы социальной коммуникации. 2. Цифровизация и изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты). 3. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы. 4. Цифровизация культуры: новые формы искусства и медиапотребления. 5. Культурная глобализация в условиях цифровизации. 6. Сохранение локальной идентичности в цифровую эпоху. 7. Цифровое неравенство: понятие и основные аспекты. 8. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству. 9. Последствия цифрового неравенства для образования и занятости. 10. Стратегии преодоления цифрового неравенства на государственном уровне. 11. Роль международных организаций в борьбе с цифровым неравенством. 12. Цифровизация и изменение структуры рынка труда. 13. Новые профессии в условиях цифровой экономики. 14. Цифровизация и проблемы социальной мобильности. 15. Влияние цифровизации на семейные отношения. 16. Цифровизация и изменение роли молодёжи в обществе. 17. Цифровизация и проблемы старения населения. 18. Влияние цифровизации на гендерные отношения. 19. Цифровизация и изменение роли религии в обществе. 20. Цифровизация и проблемы психического здоровья. 21. Влияние цифровизации на политическую активность граждан.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			22. Цифровизация и проблемы информационной перегрузки. 23. Цифровизация и изменение роли традиционных СМИ. 24. Влияние цифровизации на формирование общественного мнения. 25. Цифровизация и проблемы цифровой зависимости. 26. Влияние цифровизации на экологическое сознание общества. 27. Цифровизация и проблемы сохранения культурного наследия. 28. Цифровизация и изменение роли искусства в обществе. 29. Влияние цифровизации на межкультурную коммуникацию. 30. Будущее социальных и культурных изменений в условиях цифровизации.
	Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе		1. Основные этические проблемы цифровой среды. 2. Конфиденциальность и приватность в условиях цифровизации. 3. Манипуляция данными: этические аспекты и последствия. 4. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий. 5. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта. 6. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям. 7. Основные угрозы информационной безопасности в цифровую эпоху. 8. Кибератаки: виды, последствия и методы защиты. 9. Утечки данных: причины, последствия и профилактика. 10. Вредоносное ПО: виды и методы борьбы. 11. Криптография как метод защиты информации. 12. Аутентификация и её роль в обеспечении информационной безопасности. 13. Резервное копирование данных: значение и методы реализации. 14. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности. 15. Цифровая гигиена: основные прин-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			ципы и рекомендации. 16. Управление информационными рисками: стратегии и инструменты. 17. Информационная безопасность в бизнесе: основные подходы. 18. Информационная безопасность в государственных структурах. 19. Роль международного сотрудничества в обеспечении информационной безопасности. 20. Информационная безопасность и защита персональных данных. 21. Этические аспекты использования больших данных. 22. Проблемы цифровой идентичности и анонимности. 23. Этические аспекты использования технологий распознавания лиц. 24. Информационная безопасность и проблемы цифрового следа. 25. Этические аспекты использования дронов и роботов. 26. Информационная безопасность в условиях интернета вещей. 27. Этические аспекты использования блокчейн-технологий. 28. Информационная безопасность и проблемы кибербуллинга. 29. Этические аспекты использования виртуальной и дополненной реальности. 30. Будущее этики и безопасности в информационном обществе.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной и письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач	*1-30*

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
	профессиональной деятельности	
Всего		30

Тестовые задания
Код контролируемой компетенции: ОПК-6

1. Какой основной ресурс является ключевым в информационном обществе?

a) Земля

b) Информация

c) Капитал

Ответ: _____

2. Кто ввел термин «информационное общество»?

a) Мануэль Кастельс

b) Дэниел Белл

c) Элвин Тоффлер

Ответ: _____

3. Какой этап развития общества предшествовал информационному?

a) Аграрное общество

b) Индустриальное общество

c) Постиндустриальное общество

Ответ: _____

4. Какой из ниже перечисленных признаков НЕ относится к информационному обществу?

a) Рост числа занятых в сельском хозяйстве

b) Увеличение объема производства и потребления информации

c) Развитие цифровых технологий

Ответ: _____

5. Какая отрасль экономики становится доминирующей в информационном обществе?

a) Промышленность

b) Сфера услуг

c) Сельское хозяйство

Ответ: _____

6. Как называется концепция, согласно которой информация становится основным фактором производства?

a) Теория социального прогресса

b) Информационная теория общества

c) Теория постиндустриального общества

7. Какой фактор наиболее способствует цифровому неравенству?

a) Уровень образования

b) Возраст

c) Географическое расположение

8. Что из перечисленного является характеристикой глобального информационного общества?

a) Закрытость информации

b) Свободный доступ к информации

c) Снижение роли технологий

9. Какой тип экономики доминирует в информационном обществе?

a) Натуральное хозяйство

b) Экономика знаний

c) Товарно-денежная экономика

10. Какой фактор является ключевым для цифровой трансформации общества?

a) Развитие транспортной инфраструктуры

b) Развитие информационных технологий

c) Увеличение численности населения

11. Какой термин обозначает разницу в доступе к цифровым технологиям между различными слоями населения?

a) Информационный прогресс

b) Цифровой разрыв

c) Социальное неравенство

12. Как называется процесс перевода данных в цифровую форму?

a) Аналогизация

b) Цифровизация

c) Декомпозиция

13. Какие из следующих технологий являются основными для развития информационного общества?

a) Искусственный интеллект

b) Блокчейн

c) Печатные станки

14. Какое влияние оказывает информационное общество на образование?

a) Делает знания более доступными

b) Исключает необходимость традиционного обучения

c) Упрощает процесс получения новых компетенций

15. Какой институт выполняет ключевую роль в регулировании цифрового общества?

a) Государство

b) Церковь
c) Частные корпорации

16. Дайте определение информационного общества.

17. Назовите три основных признака информационного общества.

18. Какие преимущества дает развитие информационного общества?

19. Какие проблемы вызывает цифровизация общества?

20. Как интернет изменил способы коммуникации между людьми?

21. В чем отличие информационного общества от индустриального?

22. Почему цифровое неравенство считается серьезной социальной проблемой?

23. Как искусственный интеллект влияет на рынок труда?

24. Какие риски связаны с распространением фейковых новостей в цифровом обществе?

25. Как социальные сети меняют политику и общественное мнение?

26. Какие профессии становятся наиболее востребованными в информационном обществе?

27. Как государства контролируют распространение информации в цифровую эпоху?

28. Какую роль играет кибербезопасность в современном информационном обществе?

29. Что такое экономика знаний и как она связана с информационным обществом?

30. Какие перспективы развития у информационного общества в ближайшие 20 лет?

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим

собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.
Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы информационного общества
Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества.
Перечень изучаемых элементов содержания

Определение информационного общества: ключевые характеристики и признаки. Исторические этапы становления информационного общества: от аграрного и индустриального к постиндустриальному этапу. Теоретические подходы к изучению информационного общества: концепции Д. Белла, М. Кастельса, Й. Масуды. Роль информационных технологий в формировании современного общества.

Текст лекции.

тапом стало индустриальное общество, в котором главную роль играло промышленное производство, а энергия и машины стали основой экономики. Переход к информационному обществу начался во второй половине XX века, когда развитие компьютерных технологий, интернета и средств связи привело к постиндустриальной экономике, где информация и знания стали основным ресурсом.

Теоретическое осмысление информационного общества представлено в работах таких учёных, как Дэниел Белл, Мануэль Кастельс и Йонедзи Масуда. Д. Белл в своей концепции постиндустриального общества выделил переход от производства товаров к производству услуг и информации. М. Кастельс ввёл понятие «сетевого общества», подчеркнув роль информационных сетей в формировании новой социальной структуры. Й. Масуда акцентировал внимание на том, что информационное общество основано на знаниях и технологиях, которые становятся основой для создания новых ценностей и улучшения качества жизни.

Роль информационных технологий в формировании современного общества невозможно переоценить. Они не только изменили способы производства и обмена информацией, но и повлияли на социальные отношения, культуру и политику. Цифровые технологии, такие как интер-

нет, мобильная связь, искусственный интеллект и большие данные, стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Они способствуют глобализации, стирая географические границы и создавая новые возможности для коммуникации и сотрудничества. Однако вместе с этим возникают и новые вызовы, такие как цифровое неравенство, проблемы конфиденциальности и информационной безопасности.

Таким образом, информационное общество представляет собой новый этап развития человечества, где информация и технологии играют ключевую роль. Его становление связано с глубокими изменениями в экономике, культуре и социальной структуре, а также с появлением новых возможностей и вызовов, которые требуют осмысления и адаптации.

Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества

Перечень изучаемых элементов содержания.

Основные признаки информационного общества: информатизация, цифровизация, глобализация. Информация как ключевой ресурс: её производство, распространение и потребление. Роль знаний и инноваций в экономике информационного общества. Социальные и культурные изменения, вызванные развитием информационных технологий.

Текст лекции.

Современное информационное общество обладает рядом ключевых характеристик и признаков, которые отличают его от предыдущих этапов развития человечества. Одним из основных признаков является информатизация — процесс активного внедрения информационных технологий во все сферы жизни. Это проявляется в том, что информация становится не только ресурсом, но и продуктом, который создаётся, обрабатывается, хранится и распространяется с помощью цифровых технологий. Информатизация охватывает образование, науку, бизнес, государственное управление и даже повседневную жизнь, делая информацию доступной и легко передаваемой.

Ещё одной важной характеристикой является цифровизация — переход от аналоговых технологий к цифровым. Цифровизация затрагивает не только технические аспекты, но и социальные, экономические и культурные процессы. Например, цифровые технологии позволяют автоматизировать производство, создавать виртуальные платформы для общения и торговли, а также предоставлять услуги в режиме онлайн. Это приводит к повышению эффективности, но также ставит новые задачи, такие как обеспечение цифровой грамотности и преодоление цифрового неравенства.

Глобализация — ещё один ключевой признак информационного общества. Благодаря развитию интернета и средств связи, географические границы становятся менее значимыми. Люди, компании и государства могут взаимодействовать в реальном времени, независимо от их местоположения. Это способствует обмену знаниями, культурой и технологиями, но также создаёт конкуренцию и требует адаптации к новым условиям. Глобализация также усиливает взаимозависимость стран, что делает мировую экономику и политику более сложной и динамичной.

Важным признаком информационного общества является экономика знаний, где основным ресурсом становятся не материальные блага, а информация и интеллектуальный капитал. В такой экономике ценятся инновации, креативность и способность быстро адаптироваться к изменениям. Это приводит к появлению новых профессий, связанных с IT, аналитикой, дизайном и управлением данными, а также к трансформации традиционных отраслей.

Социальные изменения в информационном обществе также значительны. Цифровая коммуникация становится основным способом взаимодействия между людьми. Социальные сети, мессенджеры и видеозвонки заменяют традиционные формы общения, что влияет на культуру, образование и даже личные отношения. Однако это также порождает такие проблемы, как информационная перегрузка, цифровая зависимость и снижение уровня приватности.

Культурные аспекты информационного общества также претерпевают изменения. Цифровая культура становится новой формой выражения, где создаются и распространяются мемы, виртуальное искусство, онлайн-литература и другие формы творчества. Это открывает новые возможности для самовыражения, но также ставит вопросы о сохранении традиционных культурных ценностей и авторских прав.

Наконец, важным признаком информационного общества является высокая скорость изменений. Технологии развиваются настолько быстро, что общество не всегда успевает адаптироваться к ним. Это требует от людей и организаций постоянного обучения, гибкости и готовности к переменам.

Таким образом, современное информационное общество характеризуется информатизацией, цифровизацией, глобализацией, экономикой знаний, цифровой коммуникацией, культурными изменениями и высокой скоростью технологического прогресса. Эти признаки формируют новую реальность, которая открывает огромные возможности, но также требует осмысления и решения новых вызовов.

РАЗДЕЛ 2. Технологические аспекты информационного общества

Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества. Перечень изучаемых элементов содержания

Основные цифровые технологии: интернет, мобильные технологии, облачные вычисления, большие данные. Влияние цифровых технологий на экономику: цифровая трансформация бизнеса, электронная коммерция, цифровые платформы. Социальные последствия цифровизации: изменение форм коммуникации, цифровая грамотность, новые профессии. Примеры технологических инноваций и их влияние на общество: искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей.

Текст лекции.

Цифровые технологии стали мощным катализатором трансформации современного общества, затрагивая практически все его аспекты — от экономики и образования до культуры и повседневной жизни. Их влияние настолько глубоко, что сегодня трудно представить себе область, которая не была бы затронута цифровизацией. Одной из ключевых сфер, где цифровые технологии играют решающую роль, является экономика. Цифровизация изменила способы производства, распределения и потребления товаров и услуг. Например, электронная коммерция позволяет компаниям выходить на глобальные рынки, а потребителям — получать товары и услуги в любое время и в любом месте. Цифровые платформы, такие как Amazon, Alibaba или Uber, стали новыми бизнес-моделями, которые трансформируют традиционные отрасли.

В производственной сфере цифровые технологии, такие как интернет вещей (IoT), искусственный интеллект (ИИ) и роботизация, позволяют автоматизировать процессы, повышать точность и снижать затраты. Например, на заводах умные датчики собирают данные в реальном времени, что помогает оптимизировать производство и предотвращать поломки. В сельском хозяйстве цифровые технологии используются для мониторинга состояния почвы и растений, что повышает урожайность и снижает использование ресурсов.

Образование — ещё одна сфера, где цифровые технологии играют важную роль. Онлайн-курсы, виртуальные классы и образовательные платформы, такие как Coursera или Khan

Academy, делают знания доступными для людей по всему миру. Это особенно важно в условиях пандемий или других кризисов, когда традиционные формы обучения становятся недоступными. Однако цифровизация образования также ставит вопросы о качестве обучения, цифровом неравенстве и необходимости развития новых педагогических подходов.

В культуре цифровые технологии открывают новые возможности для творчества и распространения контента. Социальные сети, стриминговые платформы и цифровые галереи позволяют художникам, музыкантам и писателям находить свою аудиторию без посредников. Виртуальная и дополненная реальность создают новые формы искусства и развлечений, такие как интерактивные выставки или immersive-театр. Однако цифровизация культуры также вызывает вопросы о сохранении авторских прав и традиционных культурных ценностей.

Социальная сфера также трансформируется под влиянием цифровых технологий. Социальные сети и мессенджеры изменили способы общения, сделав его более быстрым и доступным. Однако это также привело к таким проблемам, как кибербуллинг, распространение фейковых новостей и цифровая зависимость. Цифровые технологии также влияют на политику, позволяя гражданам участвовать в обсуждении важных вопросов через онлайн-платформы, но одновременно создавая риски манипуляции общественным мнением.

В здравоохранении цифровые технологии, такие как телемедицина, электронные медицинские карты и диагностические системы на основе ИИ, улучшают доступ к медицинским услугам и повышают точность диагностики. Например, телемедицина позволяет пациентам из удалённых регионов получать консультации специалистов, а системы на основе ИИ помогают врачам анализировать большие объёмы данных для постановки диагноза.

Однако трансформация общества под влиянием цифровых технологий не обходится без вызовов. Цифровое неравенство остаётся серьёзной проблемой: не все люди и регионы имеют равный доступ к технологиям и интернету. Информационная безопасность становится критически важной, так как кибератаки и утечки данных могут нанести значительный ущерб. Этические вопросы, такие как использование ИИ для слежки или манипуляции, также требуют внимания и регулирования.

Таким образом, цифровые технологии играют ключевую роль в трансформации общества, открывая новые возможности и создавая новые вызовы. Их влияние на экономику, образование, культуру, социальную сферу и здравоохранение невозможно переоценить. Однако для того чтобы максимально использовать потенциал цифровых технологий, необходимо решать связанные с ними проблемы и обеспечивать их ответственное использование.

Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие информационной инфраструктуры: технические, программные и организационные компоненты. Роль телекоммуникационных сетей и центров обработки данных в информационном обществе. Национальные и глобальные информационные системы: их функции и значение. Проблемы развития информационной инфраструктуры: цифровое неравенство, доступность и устойчивость.

Текст лекции.

Информационная инфраструктура — это основа современного информационного общества, обеспечивающая создание, хранение, обработку и передачу данных. Она представляет собой сложную систему, включающую технические, программные и организационные компоненты, которые взаимодействуют между собой для поддержки цифровых процессов. Без развитой информационной инфраструктуры невозможно функционирование экономики, государственного управления, науки, образования и других сфер жизни.

Одним из ключевых компонентов информационной инфраструктуры являются телекоммуникационные сети. Это системы, которые обеспечивают передачу данных между устройствами и пользователями. К ним относятся проводные сети (например, оптоволоконные линии связи) и беспроводные сети (Wi-Fi, мобильная связь, спутниковая связь). Телекоммуникационные сети позволяют людям и организациям обмениваться информацией в реальном времени, независимо от их географического расположения. Благодаря им стали возможными интернет, видеозвонки, облачные технологии и многие другие сервисы.

Важным элементом информационной инфраструктуры являются центры обработки данных (ЦОД). Это специализированные объекты, где размещаются серверы, хранящие и обрабатывающие огромные объёмы данных. ЦОД обеспечивают надёжность, безопасность и доступность информации, что особенно важно для бизнеса, государственных учреждений и научных организаций. Современные ЦОД используют энергоэффективные технологии и системы охлаждения, чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду.

Программное обеспечение — ещё один ключевой компонент информационной инфраструктуры. Оно включает операционные системы, базы данных, приложения и платформы, которые позволяют пользователям работать с информацией. Например, системы управления базами данных (СУБД) обеспечивают хранение и поиск данных, а облачные платформы, такие как Google Cloud или Microsoft Azure, предоставляют доступ к вычислительным ресурсам через интернет. Программное обеспечение также включает инструменты для анализа данных, такие как системы бизнес-аналитики (BI) и машинного обучения.

Интернет как глобальная сеть является важнейшей частью информационной инфраструктуры. Он объединяет миллиарды устройств по всему миру, обеспечивая доступ к информации, услугам и коммуникациям. Интернет стал основой для развития электронной коммерции, социальных сетей, онлайн-образования и многих других сфер. Однако его функционирование требует сложной инфраструктуры, включая маршрутизаторы, DNS-серверы и системы защиты от кибератак.

Кибербезопасность — это ещё один критически важный компонент информационной инфраструктуры. С ростом объёмов данных и числа подключённых устройств увеличиваются риски кибератак, утечек информации и других угроз. Для защиты данных используются такие технологии, как шифрование, антивирусное ПО, системы обнаружения вторжений и многофакторная аутентификация. Кибербезопасность также включает организационные меры, такие как обучение сотрудников и разработка политик безопасности.

Организационные компоненты информационной инфраструктуры включают стандарты, протоколы и нормативные акты, которые регулируют её функционирование. Например, стандарты передачи данных (такие как TCP/IP) обеспечивают совместимость между различными устройствами и сетями. Нормативные акты, такие как GDPR в Европе, регулируют обработку персональных данных и защиту прав пользователей.

Информационная инфраструктура также включает пользовательские устройства, такие как компьютеры, смартфоны, планшеты и IoT-устройства. Эти устройства являются конечными точками, через которые пользователи взаимодействуют с информационными системами. Их развитие, включая повышение производительности и энергоэффективности, играет важную роль в расширении возможностей информационной инфраструктуры.

Одной из современных тенденций в развитии информационной инфраструктуры является облачные технологии. Они позволяют организациям и частным пользователям хранить данные и использовать вычислительные ресурсы через интернет, не затрачивая средства на собственные серверы. Облачные технологии обеспечивают гибкость, масштабируемость и снижение затрат, что делает их особенно популярными в бизнесе и науке.

Однако развитие информационной инфраструктуры сталкивается с рядом вызовов. Цифровое неравенство остаётся серьёзной проблемой: не все регионы и социальные группы имеют равный доступ к технологиям. Энергопотребление ЦОД и других компонентов инфраструктуры требует поиска устойчивых решений. Киберугрозы становятся всё более изощрёнными, что требует постоянного совершенствования систем защиты.

Таким образом, информационная инфраструктура является основой современного общества, обеспечивая функционирование цифровых технологий и услуг. Её компоненты — телекоммуникационные сети, центры обработки данных, программное обеспечение, интернет, системы кибербезопасности и пользовательские устройства — взаимодействуют между собой, создавая сложную, но эффективную систему. Развитие информационной инфраструктуры открывает новые возможности, но также требует решения связанных с ней проблем.

РАЗДЕЛ 3. Социальные и культурные последствия цифровизации

Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование.

Перечень изучаемых элементов содержания

Цифровизация культуры: новые формы искусства, медиапотребления и творчества. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы. Изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты) в цифровую эпоху. Культурная глобализация и сохранение локальной идентичности в условиях цифровизации.

Текст лекции.

Информационные технологии оказывают profound влияние на культуру и образование, трансформируя традиционные подходы и создавая новые возможности для творчества, обучения и взаимодействия. В сфере образования цифровые технологии кардинально изменили способы передачи знаний и организации учебного процесса. Одним из наиболее заметных изменений стало распространение онлайн-образования. Платформы, такие как Coursera, edX и Khan Academy, предоставляют доступ к курсам ведущих университетов мира, делая образование более доступным и гибким. Это особенно важно для людей, живущих в удалённых регионах или имеющих ограниченные возможности для посещения традиционных учебных заведений.

Цифровые технологии также способствуют персонализации обучения. Системы на основе искусственного интеллекта анализируют успехи студентов и предлагают индивидуальные учебные планы, что позволяет учитывать особенности каждого учащегося. Например, адаптивные платформы, такие как Duolingo, меняют сложность заданий в зависимости от уровня подготовки пользователя. Это делает обучение более эффективным и мотивирующим.

Ещё одним важным аспектом является интерактивность. Виртуальные лаборатории, симуляторы и образовательные игры позволяют студентам получать практический опыт в безопасной и контролируемой среде. Например, медицинские студенты могут тренироваться на виртуальных пациентах, а инженеры — моделировать сложные системы. Это не только повышает качество обучения, но и снижает затраты на оборудование и материалы.

Однако цифровизация образования также ставит новые вызовы. Цифровое неравенство остаётся серьёзной проблемой: не все студенты имеют доступ к компьютерам и высокоскоростному интернету. Кроме того, переход на онлайн-обучение требует от преподавателей новых навыков, таких как создание цифрового контента и управление виртуальными классами. Также возникает вопрос о качестве онлайн-образования: как обеспечить глубокое понимание материала и предотвратить списывание?

В сфере культуры информационные технологии открывают новые возможности для творчества и распространения контента. Цифровое искусство становится всё более популярным, позволяя художникам экспериментировать с новыми формами и технологиями. Например,

цифровые картины, созданные с помощью графических планшетов, или интерактивные инсталляции, использующие виртуальную реальность, становятся частью современной культуры.

Социальные сети и стриминговые платформы изменили способы потребления культурного контента. Музыканты, писатели и художники могут напрямую взаимодействовать со своей аудиторией, минуя традиционных посредников. Это позволяет талантливым людям находить признание, но также создаёт конкуренцию и требует новых подходов к продвижению.

Цифровые технологии также способствуют сохранению культурного наследия. Оцифровка архивов, музеев и библиотек делает культурные ценности доступными для людей по всему миру. Например, виртуальные туры по музеям, такие как проект Google Arts & Culture, позволяют людям посещать знаменитые галереи, не выходя из дома. Это особенно важно в условиях пандемий или других ограничений.

Однако цифровизация культуры также вызывает вопросы о авторских правах и аутентичности. Легкость копирования и распространения цифрового контента приводит к нарушениям авторских прав и пиратству. Кроме того, использование технологий, таких как deepfake, ставит под сомнение достоверность информации и культурных артефактов.

Ещё одним важным аспектом является влияние цифровых технологий на язык и коммуникацию. Социальные сети и мессенджеры способствуют появлению новых форм языка, таких как эмодзи, мемы и сокращения. Это делает общение более быстрым и эмоциональным, но также может приводить к упрощению языка и потере глубины коммуникации.

Таким образом, информационные технологии оказывают profound влияние на культуру и образование, открывая новые возможности и создавая новые вызовы. Они делают образование более доступным и персонализированным, а культуру — более интерактивной и глобальной. Однако для того чтобы максимально использовать потенциал цифровых технологий, необходимо решать связанные с ними проблемы, такие как цифровое неравенство, защита авторских прав и сохранение культурной аутентичности.

Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия. Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие цифрового неравенства: доступ к технологиям, навыки, возможности. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству: возрастные, экономические и географические аспекты. Последствия цифрового неравенства для образования, занятости и социальной мобильности. Стратегии преодоления цифрового неравенства: государственные и международные инициативы.

Текст лекции.

Цифровое неравенство — это одна из ключевых проблем современного информационного общества, которая проявляется в неравном доступе к цифровым технологиям, интернету и связанным с ними возможностям. Это явление имеет глубокие социальные последствия, затрагивая образование, экономику, здравоохранение и другие сферы жизни. Цифровое неравенство существует как на глобальном уровне, между странами, так и внутри отдельных государств, между различными социальными группами.

Одной из основных причин цифрового неравенства является экономический фактор. В развивающихся странах и бедных регионах доступ к компьютерам, смартфонам и высокоскоростному интернету ограничен из-за высокой стоимости оборудования и услуг. Это создаёт барьер для участия в цифровой экономике, получения онлайн-образования и доступа к современ-

ным медицинским услугам. Например, в сельских районах многих стран интернет-инфраструктура развита слабо, что оставляет местное население в информационной изоляции.

Географический фактор также играет важную роль. В удалённых и труднодоступных регионах, таких как горные районы или острова, прокладка телекоммуникационных сетей требует значительных инвестиций. Это приводит к тому, что жители таких территорий оказываются отрезанными от цифровых сервисов и возможностей, которые они предоставляют.

Социальные и демографические факторы также способствуют цифровому неравенству. Пожилые люди, люди с ограниченными возможностями и представители социально уязвимых групп часто сталкиваются с трудностями в использовании цифровых технологий. Это может быть связано с отсутствием навыков, страхом перед новыми технологиями или физическими ограничениями. Например, пожилые люди могут не знать, как пользоваться онлайн-банкингом, что ограничивает их доступ к финансовым услугам.

Социальные последствия цифрового неравенства крайне серьёзны. В образовании оно приводит к тому, что дети из бедных семей или удалённых регионов не могут полноценно участвовать в онлайн-обучении. Это усугубляет существующее неравенство и ограничивает их возможности для будущего трудоустройства и социальной мобильности. Например, во время пандемии COVID-19 многие школьники и студенты оказались в невыгодном положении из-за отсутствия доступа к компьютерам и интернету.

В экономике цифровое неравенство создаёт барьеры для участия в цифровых рынках. Малые предприятия и индивидуальные предприниматели из регионов с плохо развитой интернет-инфраструктурой не могут конкурировать с компаниями, которые активно используют цифровые технологии. Это приводит к увеличению разрыва между развитыми и развивающимися регионами.

В здравоохранении цифровое неравенство ограничивает доступ к телемедицине и другим цифровым сервисам. Это особенно критично для людей, живущих в удалённых районах, где медицинские учреждения находятся далеко. Отсутствие доступа к онлайн-консультациям и диагностическим системам может ухудшить качество медицинской помощи и увеличить риски для здоровья.

Цифровое неравенство также влияет на социальную интеграцию. Люди, не имеющие доступа к цифровым технологиям, оказываются исключёнными из современных форм коммуникации и взаимодействия. Это может приводить к социальной изоляции, особенно среди пожилых людей и представителей уязвимых групп.

Для преодоления цифрового неравенства необходимы комплексные меры на государственном и международном уровне. Это включает инвестиции в инфраструктуру, такие как прокладка интернет-кабелей в удалённые регионы и создание общественных точек доступа к интернету. Образовательные программы по цифровой грамотности помогают людям освоить навыки, необходимые для использования цифровых технологий. Социальные инициативы, такие как предоставление льгот на покупку компьютеров или бесплатный доступ к интернету для малоимущих семей, также играют важную роль.

Однако цифровое неравенство — это не только техническая, но и социальная проблема. Для её решения необходимо учитывать культурные, экономические и политические аспекты. Например, в некоторых странах доступ к интернету ограничивается по политическим причинам, что требует международного вмешательства и сотрудничества.

Таким образом, цифровое неравенство является серьёзным вызовом для современного общества, создающим барьеры для развития и социальной интеграции. Его последствия затрагивают образование, экономику, здравоохранение и другие сферы жизни. Для преодоления этой

проблемы необходимы совместные усилия государства, бизнеса и гражданского общества, направленные на обеспечение равного доступа к цифровым технологиям и возможностям, которые они предоставляют.

РАЗДЕЛ 4. Этика и безопасность в ин-формационном обществе

Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности. Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этические проблемы цифровой среды: конфиденциальность, приватность, манипуляция данными. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий: профессиональная этика и кодексы поведения. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта и автоматизированных систем. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям и их разработчикам.

Текст лекции

Цифровая среда, ставшая неотъемлемой частью современной жизни, порождает множество этических вопросов, которые требуют внимательного рассмотрения. Этические аспекты цифровой среды связаны с использованием технологий, обработкой данных, взаимодействием людей и профессиональной деятельностью. Они затрагивают такие вопросы, как конфиденциальность, справедливость, ответственность и уважение прав человека в условиях цифровизации.

Одним из ключевых этических вопросов является конфиденциальность и приватность. В цифровую эпоху личные данные пользователей собираются, хранятся и анализируются в огромных масштабах. Это позволяет компаниям и организациям предлагать персонализированные услуги, но также создаёт риски для приватности. Например, использование данных для таргетированной рекламы или продажа информации третьим лицам без согласия пользователей вызывают вопросы о нарушении прав на конфиденциальность. Этические нормы требуют, чтобы сбор и использование данных осуществлялись прозрачно, с согласия пользователей и с соблюдением законодательства, такого как GDPR в Европе.

Манипуляция данными — ещё один важный этический аспект. Цифровые технологии, такие как алгоритмы искусственного интеллекта, могут использоваться для манипуляции поведением людей. Например, социальные сети могут показывать пользователям контент, который усиливает их предубеждения, что приводит к формированию "информационных пузырей". Это ставит вопрос о справедливости и ответственности разработчиков алгоритмов, которые должны учитывать возможные негативные последствия своих решений.

Цифровая зависимость также является этической проблемой. Многие приложения и платформы разрабатываются с целью максимального вовлечения пользователей, что может приводить к чрезмерному использованию технологий и негативному влиянию на психическое здоровье. Этические нормы требуют, чтобы разработчики учитывали потенциальные риски и создавали продукты, которые способствуют здоровому балансу между цифровой и реальной жизнью.

В профессиональной деятельности этические аспекты цифровой среды проявляются в вопросах ответственности специалистов. Например, разработчики программного обеспечения, аналитики данных и IT-специалисты должны учитывать последствия своих решений для общества. Это включает обеспечение безопасности данных, предотвращение дискриминации в алгоритмах и уважение прав пользователей. Профессиональная этика требует, чтобы специалисты следовали кодексам поведения и стремились к созданию технологий, которые приносят пользу обществу.

Искусственный интеллект (ИИ) и автоматизация также порождают этические дилеммы. Например, использование ИИ для принятия решений в таких областях, как кредитование, найм на работу или правосудие, может приводить к дискриминации, если алгоритмы обучены на необъективных данных. Этические нормы требуют, чтобы разработчики ИИ обеспечивали прозрачность, справедливость и подотчётность своих систем.

Авторские права и интеллектуальная собственность — ещё одна важная этическая проблема в цифровой среде. Легкость копирования и распространения цифрового контента приводит к нарушениям авторских прав и пиратству. Это ставит вопрос о балансе между защитой прав создателей и обеспечением доступа к знаниям и культуре. Этические нормы требуют уважения интеллектуальной собственности и соблюдения законов, регулирующих использование цифрового контента.

Кибербуллинг и онлайн-агрессия также являются серьёзными этическими проблемами. Анонимность цифровой среды может способствовать распространению ненависти, травли и дезинформации. Это требует от платформ и пользователей соблюдения норм уважительного общения и принятия мер для предотвращения кибербуллинга.

Таким образом, этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности охватывают широкий спектр вопросов, связанных с конфиденциальностью, справедливостью, ответственностью и уважением прав человека. Решение этих вопросов требует как соблюдения законодательства, так и развития этических норм, которые учитывают специфику цифровой среды. Это важно для создания технологий, которые не только эффективны, но и справедливы, безопасны и полезны для общества.

Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные угрозы информационной безопасности: кибератаки, утечки данных, вредоносное ПО. Методы защиты информации: криптография, аутентификация, резервное копирование. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности: цифровая гигиена и осведомлённость. Современные подходы к управлению информационными рисками: стратегии и инструменты.

Текст лекции

Информационная безопасность — это одна из ключевых проблем современного цифрового общества, связанная с защитой данных от несанкционированного доступа, утечек, повреждений и других угроз. В условиях, когда информация становится основным ресурсом, её безопасность имеет критическое значение для функционирования бизнеса, государственных учреждений и частных пользователей. Угрозы информационной безопасности постоянно эволюционируют, что требует разработки современных методов защиты и повышения осведомлённости пользователей.

Одной из основных угроз информационной безопасности являются кибератаки. Это целенаправленные действия злоумышленников, направленные на взлом информационных систем, кражу данных или нарушение их работы. Кибератаки могут принимать различные формы, такие как вирусы, трояны, фишинг и DDoS-атаки. Например, фишинг предполагает использование поддельных писем или сайтов для получения конфиденциальной информации, такой как пароли или данные банковских карт. DDoS-атаки направлены на перегрузку серверов, что делает их недоступными для пользователей.

Утечки данных — ещё одна серьёзная угроза. Они могут происходить как в результате хакерских атак, так и из-за ошибок сотрудников или слабой защиты систем. Утечки данных могут привести к потере конфиденциальной информации, финансовым потерям и ущербу

репутации компании. Например, утечка персональных данных клиентов может привести к судебным искам и штрафам, особенно в условиях действия таких законов, как GDPR.

Вредоносное программное обеспечение (ПО), такое как вирусы, черви и программы-шпионы, также представляет угрозу для информационной безопасности. Эти программы могут повреждать данные, замедлять работу систем или собирать конфиденциальную информацию без ведома пользователей. Например, программы-шпионы могут отслеживать действия пользователей и передавать данные злоумышленникам.

Социальная инженерия — это метод, при котором злоумышленники манипулируют людьми, чтобы получить доступ к информации. Например, они могут представляться сотрудниками технической поддержки и просить предоставить пароли или другие данные. Социальная инженерия особенно опасна, потому что она эксплуатирует человеческий фактор, который часто является самым слабым звеном в системе безопасности.

Для защиты данных используются различные методы и технологии. Криптография — это один из основных методов, который позволяет шифровать данные, делая их недоступными для посторонних. Шифрование используется для защиты передачи данных через интернет, хранения информации на устройствах и обеспечения безопасной аутентификации.

Аутентификация — это процесс проверки подлинности пользователя или устройства. Многофакторная аутентификация, которая требует подтверждения через несколько каналов (например, пароль и SMS-код), значительно повышает уровень безопасности.

Резервное копирование — это важный метод защиты данных от потери в случае атак или сбоев. Регулярное создание резервных копий позволяет восстановить информацию даже в случае серьёзных инцидентов.

Антивирусное ПО и системы обнаружения вторжений помогают выявлять и блокировать вредоносные программы и подозрительную активность. Эти системы постоянно обновляются, чтобы противостоять новым угрозам.

Обучение сотрудников и повышение осведомлённости пользователей также играют важную роль в обеспечении информационной безопасности. Многие угрозы, такие как фишинг и социальная инженерия, можно предотвратить, если пользователи знают, как распознавать и избегать их.

Политики безопасности и регламенты помогают организациям систематизировать подход к защите данных. Они включают правила использования устройств, работы с конфиденциальной информацией и реагирования на инциденты.

Однако обеспечение информационной безопасности — это непрерывный процесс, который требует постоянного мониторинга, обновления систем и адаптации к новым угрозам. Например, с развитием интернета вещей (IoT) и облачных технологий появляются новые уязвимости, которые необходимо учитывать.

Таким образом, информационная безопасность является критически важной для защиты данных в цифровую эпоху. Угрозы, такие как кибератаки, утечки данных и вредоносное ПО, требуют комплексного подхода, включающего технические, организационные и образовательные меры. Только сочетание этих методов позволяет минимизировать риски и обеспечить безопасность информации в условиях постоянно меняющегося цифрового ландшафта.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Раздел 1. Теоретические основы информационного общества

Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте основные этапы перехода от индустриального к информационному обществу. Какие факторы способствовали этому переходу?
2. Сравните концепции информационного общества Д. Белла, М. Кастельса и Й. Масуды. В чём их сходства и различия?
3. Опишите роль информационных технологий в формировании современного общества. Приведите примеры из реальной жизни.
4. Как изменилась роль информации как ресурса в информационном обществе по сравнению с предыдущими этапами развития?
5. Предложите сценарии дальнейшего развития информационного общества. Какие вызовы и возможности оно может принести?

Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Перечислите ключевые характеристики информационного общества. Как они проявляются в повседневной жизни?
2. Проанализируйте, как цифровизация влияет на экономику, культуру и социальные отношения. Приведите примеры.
3. Как глобализация связана с информационным обществом? Какие положительные и отрицательные последствия она несёт?
4. Опишите, как информационное общество влияет на образование и науку. Какие новые возможности и вызовы возникают?
5. Как информационное общество меняет роль государства и политических процессов? Приведите примеры.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества

Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровые технологии изменили бизнес-процессы. Приведите примеры успешной цифровой трансформации компаний.
2. Опишите, как интернет вещей (IoT) влияет на повседневную жизнь. Какие преимущества и риски он несёт?

3. Как искусственный интеллект используется в медицине, образовании и других сферах? Приведите конкретные примеры.
4. Проанализируйте, как цифровые технологии влияют на рынок труда. Какие новые профессии появились, а какие исчезли?
5. Опишите, как цифровые технологии способствуют решению глобальных проблем, таких как изменение климата или голод.

Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты
Форма практического задания: презентация доклада
Темы докладов:

1. Опишите основные компоненты информационной инфраструктуры. Как они взаимодействуют между собой?
2. Проанализируйте роль центров обработки данных (ЦОД) в современной экономике. Какие задачи они решают?
3. Как телекоммуникационные сети обеспечивают передачу данных? Приведите примеры их использования в повседневной жизни.
4. Опишите, как облачные технологии изменили подход к хранению и обработке данных. Какие преимущества и риски они несут?
5. Проанализируйте, как информационная инфраструктура способствует развитию "умных городов". Приведите примеры.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации
Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование
Форма практического задания: презентация доклада
Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровые технологии изменили процесс обучения. Какие преимущества и недостатки у онлайн-образования?
2. Опишите, как социальные сети влияют на культуру и коммуникацию. Какие новые формы искусства появились благодаря цифровизации?
3. Как цифровые технологии способствуют сохранению культурного наследия? Приведите примеры.
4. Проанализируйте, как цифровизация влияет на язык и коммуникацию. Какие новые формы языка появились?
5. Опишите, как цифровые технологии меняют роль традиционных институтов, таких как музеи и библиотеки.

Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия
Форма практического задания: презентация доклада
Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровое неравенство влияет на доступ к образованию. Какие меры можно предпринять для его преодоления?
2. Опишите, как цифровое неравенство проявляется в разных странах. Какие регионы наиболее уязвимы?
3. Как цифровое неравенство влияет на рынок труда? Какие группы населения наиболее подвержены его последствиям?
4. Проанализируйте, как цифровое неравенство связано с социальной мобильностью. Какие барьеры оно создаёт?

5. Предложите стратегии для преодоления цифрового неравенства на уровне государства и местных сообществ.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе

Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровые технологии влияют на конфиденциальность и приватность. Какие этические проблемы возникают?
2. Опишите, как искусственный интеллект может использоваться для манипуляции поведением людей. Какие меры можно предпринять для предотвращения этого?
3. Как цифровая зависимость влияет на психическое здоровье? Какие меры можно предпринять для её предотвращения?
4. Проанализируйте, как профессиональная этика в IT-сфере влияет на разработку технологий. Какие кодексы поведения существуют?
5. Опишите, как цифровые технологии влияют на авторские права и интеллектуальную собственность. Какие этические вопросы возникают?

Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте основные виды кибератак. Какие методы защиты можно использовать для их предотвращения?
2. Опишите, как утечки данных влияют на бизнес и пользователей. Какие меры можно предпринять для их предотвращения?
3. Как вредоносное ПО влияет на работу компьютеров и сетей? Какие методы борьбы с ним существуют?
4. Проанализируйте, как криптография используется для защиты данных. Приведите примеры её применения.
5. Опишите, как многофакторная аутентификация повышает уровень безопасности. Какие ещё методы аутентификации существуют?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Теоретические основы информационного общества	Подготовка доклада
Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества	Подготовка доклада
Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации	Подготовка доклада
Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе	Подготовка доклада

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.
Перечень тем докладов:

1. Роль информации как ресурса в современном обществе.
2. Сравнительный анализ концепций информационного общества Д. Белла, М. Кастельса и Й. Масуды.
3. Исторические предпосылки перехода к информационному обществу.
4. Информационное общество и глобализация: взаимосвязь и последствия.
5. Роль образования в формировании информационного общества.
6. Информационное общество и проблемы цифровой грамотности.
7. Информационное общество и изменение роли традиционных СМИ.
8. Информационное общество и трансформация трудовых отношений.
9. Информационное общество и экологические аспекты цифровизации.
10. Информационное общество и проблемы цифровой идентичности.
11. Информационное общество и будущее человечества: прогнозы и сценарии.
12. Информационное общество и роль искусственного интеллекта.
13. Информационное общество и проблемы цифровой зависимости.
14. Информационное общество и изменение роли государства.
15. Информационное общество и новые формы социальной коммуникации.
16. Информационное общество и проблемы цифровой этики.
17. Информационное общество и трансформация политических процессов.
18. Информационное общество и роль больших данных.
19. Информационное общество и проблемы цифровой безопасности.
20. Информационное общество и изменение роли науки.
21. Информационное общество и проблемы цифровой культуры.
22. Информационное общество и трансформация семейных отношений.
23. Информационное общество и роль молодёжи в цифровую эпоху.
24. Информационное общество и проблемы цифровой экологии.
25. Информационное общество и изменение роли религии.
26. Информационное общество и проблемы цифровой экономики.
27. Информационное общество и трансформация системы здравоохранения.
28. Информационное общество и роль виртуальной реальности.
29. Информационное общество и проблемы цифровой демократии.
30. Информационное общество и изменение роли искусства.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.
Перечень тем докладов:

1. Роль интернета в формировании информационного общества.
2. Облачные технологии: преимущества и риски для бизнеса.
3. Большие данные: возможности и социальные последствия.
4. Искусственный интеллект и его роль в современном обществе.
5. Блокчейн-технологии: принципы работы и области применения.
6. Интернет вещей: возможности и вызовы для общества.
7. Цифровая трансформация бизнеса: основные этапы и примеры.
8. Электронная коммерция: тенденции и перспективы развития.
9. Цифровые платформы и их влияние на рынок труда.
10. Роль телекоммуникационных сетей в информационном обществе.

11. Центры обработки данных: функции и значение для экономики.
12. Национальные информационные системы: цели и задачи.
13. Глобальные информационные системы: примеры и их влияние на общество.
14. Проблемы цифрового неравенства в развитии информационной инфраструктуры.
15. Устойчивость информационной инфраструктуры: риски и решения.
16. Цифровые технологии и их влияние на образование.
17. Роль цифровых технологий в здравоохранении.
18. Цифровизация государственных услуг: преимущества и недостатки.
19. Цифровые технологии и их влияние на культуру и искусство.
20. Роль цифровых технологий в развитии науки и инноваций.
21. Цифровые технологии и их влияние на экологию.
22. Проблемы кибербезопасности в условиях цифровизации.
23. Цифровые технологии и их роль в формировании "умных городов".
24. Роботизация и её влияние на рынок труда.
25. Цифровые технологии и их роль в борьбе с глобальными вызовами.
26. Эволюция цифровых технологий: от прошлого к будущему.
27. Цифровые технологии и их влияние на политические процессы.
28. Будущее цифровых технологий: прогнозы и сценарии.
29. Цифровые технологии и их роль в развитии транспорта.
30. Цифровые технологии и их влияние на сельское хозяйство.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.
Перечень тем докладов:

1. Влияние цифровизации на формы социальной коммуникации.
2. Цифровизация и изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты).
3. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы.
4. Цифровизация культуры: новые формы искусства и медиапотребления.
5. Культурная глобализация в условиях цифровизации.
6. Сохранение локальной идентичности в цифровую эпоху.
7. Цифровое неравенство: понятие и основные аспекты.
8. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству.
9. Последствия цифрового неравенства для образования и занятости.
10. Стратегии преодоления цифрового неравенства на государственном уровне.
11. Роль международных организаций в борьбе с цифровым неравенством.
12. Цифровизация и изменение структуры рынка труда.
13. Новые профессии в условиях цифровой экономики.
14. Цифровизация и проблемы социальной мобильности.

15. Влияние цифровизации на семейные отношения.
16. Цифровизация и изменение роли молодёжи в обществе.
17. Цифровизация и проблемы старения населения.
18. Влияние цифровизации на гендерные отношения.
19. Цифровизация и изменение роли религии в обществе.
20. Цифровизация и проблемы психического здоровья.
21. Влияние цифровизации на политическую активность граждан.
22. Цифровизация и проблемы информационной перегрузки.
23. Цифровизация и изменение роли традиционных СМИ.
24. Влияние цифровизации на формирование общественного мнения.
25. Цифровизация и проблемы цифровой зависимости.
26. Влияние цифровизации на экологическое сознание общества.
27. Цифровизация и проблемы сохранения культурного наследия.
28. Цифровизация и изменение роли искусства в обществе.
29. Влияние цифровизации на межкультурную коммуникацию.
30. Будущее социальных и культурных изменений в условиях цифровизации.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.
Перечень тем докладов:

1. Основные этические проблемы цифровой среды.
2. Конфиденциальность и приватность в условиях цифровизации.
3. Манипуляция данными: этические аспекты и последствия.
4. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий.
5. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта.
6. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям.
7. Основные угрозы информационной безопасности в цифровую эпоху.
8. Кибератаки: виды, последствия и методы защиты.
9. Утечки данных: причины, последствия и профилактика.
10. Вредоносное ПО: виды и методы борьбы.
11. Криптография как метод защиты информации.
12. Аутентификация и её роль в обеспечении информационной безопасности.
13. Резервное копирование данных: значение и методы реализации.
14. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности.
15. Цифровая гигиена: основные принципы и рекомендации.
16. Управление информационными рисками: стратегии и инструменты.
17. Информационная безопасность в бизнесе: основные подходы.
18. Информационная безопасность в государственных структурах.
19. Роль международного сотрудничества в обеспечении информационной безопасности.
20. Информационная безопасность и защита персональных данных.
21. Этические аспекты использования больших данных.
22. Проблемы цифровой идентичности и анонимности.
23. Этические аспекты использования технологий распознавания лиц.
24. Информационная безопасность и проблемы цифрового следа.
25. Этические аспекты использования дронов и роботов.
26. Информационная безопасность в условиях интернета вещей.
27. Этические аспекты использования блокчейн-технологий.

28. Информационная безопасность и проблемы кибербуллинга.
29. Этические аспекты использования виртуальной и дополненной реальности.
30. Будущее этики и безопасности в информационном обществе.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Теоретические основы информационного общества

- **Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества**
- **Не предусмотренно**
- **Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества**
- **Не предусмотренно**

Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества

- **Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества**
- **Не предусмотренно**
- **Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты**
- **Не предусмотренно**

Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации

- **Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование**
- **Не предусмотренно**
- **Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия**
- **Не предусмотренно**

Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе

- **Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности**
- **Не предусмотренно**

- **Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных**
- **Не предусмотренно**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 8
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 11
3.1.1. Основная литература 11
3.1.2. Дополнительная литература 11
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 11
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 12
3.3.1. Средства информационных технологий 12
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 12
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 12
3.4. Образовательные технологии 12
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 12
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 14
Приложение 1. 15
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 15
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 15
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 21
Приложение 2. 26
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 26
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 26
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 30
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 42
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 43
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 46

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере психологических механизмов рекламы и PR-коммуникаций, с последующим применением полученных знаний в профессиональной деятельности, направленных на эффективное взаимодействие с целевой аудиторией и управление общественным мнением.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Формирование навыков применения психологических теорий и методов в разработке рекламных и PR-кампаний, учитывающих эмоциональные, когнитивные и социальные особенности аудитории.
2. Развитие умений по сбору, анализу и интерпретации данных о поведении потребителей, медиапредпочтениях и восприятии брендов для проектирования коммуникационных стратегий.
3. Формирование способности создавать и оценивать эффективность рекламных и PR-материалов на основе психологических методик (нейромаркетинг, фокус-группы, A/B-тестирование) с учетом этических норм и правовых ограничений.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5 и ОПК-7 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: основы Медиакоммуникационных систем. Специфики функционирования коммуникационных процессов. Уметь: Умения: использовать тенденции развития профессиональной деятельности. Использовать механизм конкретных медиакоммуникационных систем.
	ОПК-5.2.Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1.Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Знает: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Умеет: учитывать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Владеет: навыками внедрения принципов социальной ответ-
	ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в об-	

	ласти средств массовой информации.	ственности в профессиональную деятельность

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		2	3
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**72**	**36**	**36**
Лекционные занятия	16	8	8
из них: в форме практической подготовки			
Практические занятия	40	20	20
из них: в форме практической подготовки			
Консультации	16	8	8
из них: в форме практической подготовки			
Самостоятельная работа обучающихся	**45**	**27**	**18**
Контроль промежуточной аттестации	**27**	**9**	**18**
Форма промежуточной аттестации		*Зачет*	*Экзамен*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**72**	**72**

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-3
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**16**	**8**	**8**
Лекционные занятия	8	4	4
из них: в форме практической подготовки			
Практические занятия	8	4	4
из них: в форме практической подготовки			
Самостоятельная работа обучающихся	**115**	**60**	**55**
Контроль промежуточной аттестации		**4**	**9**
Форма промежуточной аттестации		*Зачет*	*Экзамен*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**72**	**72**

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 2)											
Раздел 1. Психология PR, рекламы и продвижения	**31**	**13**	**18**	**4**		**10**				**4**	
Тема 1.1. Психология потребителя в PR и рекламе как маркетинговых коммуникациях при продвижении	16	6	10	2		6				2	
Тема 1.2. PR и пропаганда - психологические аспекты	15	7	8	2		4				2	
Раздел 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ	**32**	**14**	**18**	**4**		**10**				**4**	
Тема 2.1. Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций	17	7	10	2		6				2	
Тема 2.2. Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей	15	7	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**8**		**20**				**8**	
Модуль 1 (Семестр 3)											
Раздел 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ	**27**	**9**	**18**	**4**		**10**				**4**	
Тема 3.1. Массовая коммуникация	15	5	10	2		6				2	
Тема 3.2. Особенности коммуникаций в рекламе и PR	12	4	8	2		4				2	
Раздел 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении	**27**	**9**	**18**	**4**		**10**				**4**	
Тема 4.1. Технологии и инструментарий PR-коммуникаций при продвижении. Маркетинг внедрения	15	5	10	2		6				2	
Тема 4.2. Токсичные маркетинговые коммуникации: эффекты негативного психологического воздействия на массовое сознание и выработка критериев оценки степени токсичности	12	4	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации, час	**18**										

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Общий объем, часов	**72**	**18**		**8**		**20**				**8**	
Общий объем, часов	**144**	**45**	**72**	**16**		**40**				**16**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (курс 2, сессия 1–2)											
Раздел 1. Психология PR, рекламы и продвижения	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Психология потребителя в PR и рекламе как маркетинговых коммуникациях при продвижении	17	15	2	2							
Тема 1.2. PR и пропаганда - психологические аспекты	17	15	2			2					
Раздел 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций	17	15	2			2					
Тема 2.2. Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей	17	15	2	2							
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					
Модуль 1 (курс 2, сессия 3–4)											
Раздел 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ	**31**	**27**	**4**	**2**		**2**					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 3.1. Массовая коммуникация	**15**	**13**	**2**			**2**					
Тема 3.2. Особенности коммуникаций в рекламе и PR	**16**	**14**	**2**	**2**							
Раздел 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении	**32**	**28**	**4**	**2**		**2**					
Тема 4.1. Технологии и инструментарий PR-коммуникаций при продвижении. Маркетинг внедрения	**16**	**14**	**2**	**2**							
Тема 4.2. Токсичные маркетинговые коммуникации: эффекты негативного психологического воздействия на массовое сознание и выработка критериев оценки степени токсичности	**16**	**14**	**2**			**2**					
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**55**	**8**	**4**		**4**					
Общий объем, часов	**144**	**115**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Психология PR, рекламы и продвижения

Тема 1.1. Психология потребителя в PR и рекламе как маркетинговых коммуникациях при продвижении.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этапы развития психологии потребителя: Классические теории (З. Фрейд, Дж. Уотсон, А. Маслоу). Современные подходы: поведенческая экономика (Д. Канеман), нейромаркетинг. Эволюция методов воздействия в PR и рекламе: От прямых продаж к эмоциональному вовлечению (сторителлинг, архетипы брендов). Цифровая трансформация: таргетированная реклама, персонализация контента. Структура маркетинговых коммуникаций: Взаимодействие PR, рекламы, продаж и брендинга. Модель AIDA (Внимание, Интерес, Желание, Действие) и её адаптация в цифровой среде. Психологические факторы потребительского поведения: Когнитивные процессы: восприятие, память, обучение. Эмоциональные триггеры (страх, радость, ностальгия). Социальное влияние (референтные группы, мода, виральность).

Тема 1.2. PR и пропаганда - психологические аспекты.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и различия PR и пропаганды**:** PR как инструмент управления репутацией и формирования доверия. Пропаганда как систематическое влияние на массовое сознание для продвижения идей или идеологий. Этические границы: информирование vs. манипуляция. Истори-

ческие примеры пропаганды**:** Военная пропаганда (плакаты времен Второй мировой войны, радиообращения). Политические кампании (Советская пропаганда, «Окна РОСТА»). Современные аналоги (информационные войны в соцсетях). Психологические теории влияния**:** Теория убеждения (Р. Чалдини: принципы взаимности, авторитета, социального доказательства). Теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер). Модель «Спираль молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Методы манипуляции сознанием**:** Использование эмоций (страх, гнев, надежда) в пропаганде. Демагогия, создание «образа врага», упрощение сложных проблем («черно-белое» мышление).

РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ

Тема 2.1. Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные психологические теории и модели: Иерархия потребностей Маслоу: Учет базовых и высших потребностей аудитории. Теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер): Как противоречия влияют на принятие решений. Модель AIDA (Внимание → Интерес → Желание → Действие) и её модификации (AIDAS, AISDALSL). Теория социального доказательства (Р. Чалдини): Влияние мнения большинства на поведение. Когнитивные процессы в коммуникациях**:** Восприятие информации: селективное внимание, эффект первичности и новизны. Память: краткосрочная vs. долгосрочная, методы повышения запоминаемости (повторение, ассоциации). Принятие решений: рациональные vs. эмоциональные факторы. Эмоциональные триггеры в рекламе и PR**:** Использование страха, радости, ностальгии, чувства принадлежности. Сторителлинг: создание нарративов для вовлечения (пример: кампании Coca-Cola). Архетипы брендов (К. Пирсон): «Герой», «Мудрец», «Бунтарь» и их влияние на идентичность. Вербальные и невербальные элементы воздействия**:** Вербальные: Слоганы, ритм, рифма, языковые паттерны (например, «Just Do It»).

Тема 2.2. Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение ключевых понятий: Мотивация потребителя: Внутренние (потребности, ценности) и внешние (социальное влияние, реклама) факторы, стимулирующие покупки. Сегментирование рынка: Разделение потребителей на группы с общими характеристиками для эффективного таргетинга. Теории мотивации: Иерархия потребностей Маслоу: Уровни потребностей (физиологические, безопасность, социальные, уважение, самореализация). Теория двух факторов Герцберга: Гигиенические факторы (базовые условия) vs. мотиваторы (стимулы к действию). Теория ожиданий Врума: Связь между усилиями, результатом и вознаграждением. Эмоциональная мотивация: Роль страха, радости, ностальгии в принятии решений (пример: реклама страховых услуг). Критерии сегментирования потребителей: Демографические: Возраст, пол, доход, образование. Географические: Регион, город/село, климат. Психографические: Стиль жизни, ценности, интересы (например, «ЗОЖ-аудитория»). Поведенческие: Частота покупок, лояльность к бренду, готовность к новинкам. Методы исследования мотивации: Качественные: Глубинные интервью, фокус-группы, этнографические исследования. Количественные: Опросы, анализ данных CRM-систем, A/B-тестирование.

РАЗДЕЛ 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

Тема 3.1. Массовая коммуникация.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и сущность массовой коммуникации**:** Понятие, цели и функции (информирование, социализация, развлечение, пропаганда). Отличия от межличностной и групповой коммуникации. Виды каналов массовой коммуникации**:** Традиционные СМИ: телевидение, радио, печатные издания. Цифровые платформы: социальные сети, блоги, стриминговые сервисы (VK). Гибридные формы: онлайн-СМИ, подкасты, веб-трансляции. Модели массовой коммуникации**:** Модель Г. Лассуэлла («Кто → Что → По какому каналу → Кому → С каким эффек-

том?»). Теория двухступенчатого потока (П. Лазарсфельд и Э. Кац): роль лидеров мнений. Теория «Установления повестки дня» (agenda-setting).

Тема 3.2. Особенности коммуникаций в рекламе и PR.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и различия рекламы и PR**:** Реклама: платное продвижение товаров/услуг, прямая стимуляция продаж. PR: управление репутацией, построение долгосрочных отношений с аудиторией. Сходства и различия в целях, методах и каналах коммуникации. Ключевые каналы коммуникаций: Реклама: Традиционные медиа (ТВ, радио, печать). Цифровые платформы (таргетированная реклама, контекстная реклама, соцсети). Наружная реклама (билборды, транспорт). PR: Пресс-релизы, медиа-партнёрства, публичные выступления. Событийный маркетинг (ивенты, спонсорство). Социальные проекты и корпоративная социальная ответственность (КСО). Психологические аспекты воздействия: Теория убеждения (Р. Чалдини): принципы взаимности, авторитета, дефицита. Эмоциональные триггеры: страх, радость, ностальгия (пример: реклама страхования). Сторителлинг в PR: создание нарративов для формирования лояльности (истории брендов Apple, Nike).

РАЗДЕЛ 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении

Тема 4.1. Технологии и инструментарий PR-коммуникаций при продвижении. Маркетинг внедрения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение ключевых понятий**:** PR-коммуникации: Управление репутацией, формирование доверия и взаимодействие с целевой аудиторией. Маркетинг внедрения: Стратегии продвижения новых продуктов/услуг на рынок, включая адаптацию к потребностям аудитории. Инструменты PR-коммуникаций**:** Традиционные**:** Пресс-релизы, медиа-киты, публикации в СМИ. Организация мероприятий (презентации, пресс-конференции). Цифровые**:** Социальные сети (SMM, работа с инфлюенсерами). Блоги, email-рассылки, вебинары. Креативные**:** Сторителлинг, вирусный контент, UGC (User-Generated Content). Технологии в PR**:** Аналитика данных**:** Мониторинг медиапространства (Google Analytics, Brandwatch). Оценка тональности упоминаний (Sentiment Analysis). Автоматизация**:** CRM-системы для управления контактами (HubSpot, Salesforce). Инструменты для планирования контента (Hootsuite, Buffer). Искусственный интеллект**:** Генерация текстов (ChatGPT), прогнозирование трендов.

Тема 4.2. Токсичные маркетинговые коммуникации: эффекты негативного психологического воздействия на массовое сознание и выработка критериев оценки степени токсичности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение токсичных маркетинговых коммуникаций**:** Ключевые характеристики: манипуляция, дезинформация, эксплуатация страхов/стыда. Примеры: агрессивная реклама, пропаганда нереалистичных стандартов красоты, фейковые отзывы. Виды токсичных коммуникаций**:** Манипулятивные: Использование FOMO (страх упустить выгоду), газлайтинг («Только у нас правильный продукт»). Деструктивные: Продвижение вредных привычек (алкоголь, азартные игры), стереотипизация (гендерные, расовые клише). Дезинформационные: Фейковые новости, ложные научные утверждения («Чудо-средства»). Психологические эффекты негативного воздействия**:** Индивидуальные**:** Тревога, снижение самооценки, формирование зависимостей. Пример: реклама диет, провоцирующая расстройства пищевого поведения. Социальные**:** Усиление предрассудков, поляризация общества. Пример: политическая реклама, разжигающая ненависть

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. *Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/566990*
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/551845.

3.1.2. Дополнительная литература

1. *Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021. – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.*
2. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/567286
3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18364-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/534862.

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Психология PR, рекламы и продвижения**	Реферат	1. Роль эмоционального интеллекта в управлении репутацией бренда. 2. Манипуляция vs. этичное влияние: границы допустимого в PR-кампаниях. 3. Психологические механизмы формирования лояльности аудитории в кризисных ситуациях. 4. Техники нейролингвистического программирования (НЛП) в PR-коммуникациях. 5. Психология восприятия корпоративной социальной ответственности (КСО). 6. Эффект «эмоционального якоря»: как реклама связывает продукт с позитивными переживаниями. 7. Влияние цвета и шрифтов на подсознание потребителя. 8. Сторителлинг как инструмент формирования доверия к бренду. 9. Психология страха в социальной рекламе: польза и риски. 10. Гендерные стереотипы в рекламе: эволюция подходов. 11. Роль музыки и звуков в усилении рекламного сообщения. 12. Дети как целевая аудитория: этические аспекты рекламы. 13. Нейромаркетинг: как исследования мозга меняют подходы к рекламе. 14. Эффект «дефицита» и FOMO (Fear of Missing Out) в цифровом маркетинге. 15. Почему люди покупают ненужное? Психология импульсивных поку-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			пок. 16. Теория перспектив (Prospect Theory) и её применение в ценообразовании. 17. Как когнитивные искажения влияют на выбор потребителя (например, эффект якоря). 18. Психология вирального контента: почему люди делятся рекламой? 19. Влияние алгоритмов соцсетей на формирование потребительских предпочтений. 20. Эмоциональный отклик на рекламу в TikTok: особенности поколения Z. 21. Геймификация в продвижении: как игровые механики повышают вовлеченность. 22. Психологические аспекты таргетированной рекламы: персонализация vs. приватность. 23. Этические проблемы использования подсознательных сообщений в рекламе. 24. Кросс-культурные различия в восприятии рекламных кампаний. 25. Психология «зеленого» маркетинга: как экологичные тренды влияют на выбор потребителей. 26. Манипуляция в политическом PR: методы и последствия. 27. Психология успеха бренда Apple: как создать культовый статус. 28. Кампания Dove «Real Beauty»: анализ психологического воздействия. 29. Использование AR/VR в рекламе: новые возможности для эмоционального вовлечения. 30. Big Data и психология: как анализ данных предсказывает поведение аудитории.
2.	**Раздел 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ**	Контрольная работа	1. Искусственный интеллект в рекламе: психология персонализированных сообщений. 2. Deepfake в PR: угрозы доверию и методы противодействия. 3. Чат-боты как инструмент коммуникации: психология диалога с AI. 4. Влияние алгоритмов TikTok на формирование потребительских привычек.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			5. Как мозг обрабатывает рекламу: роль префронтальной коры и лимбической системы. 6. Биометрические данные в маркетинге: анализ мимики и физиологических реакций. 7. ЭЭГ и eye-tracking: как технологии отслеживания взгляда меняют дизайн рекламы. 8. Психология мемов: почему виралятся абсурдные изображения. 9. Роль анимации в рекламе: от детского восприятия до взрослой ностальгии. 10. Инфографика vs. текст: как визуализация данных влияет на убеждение. 11. Психология поколения Z: почему TikTok эффективнее TV-рекламы. 12. Миллениалы vs. бумеры: различия в восприятии социальной рекламы. 13. Как пандемия изменила психологические паттерны потребления контента. 14. Психологическая резистентность к рекламе: как аудитория учится «фильтровать» сообщения. 15. Экологичный PR: почему «зелёные» инициативы не всегда вызывают доверие. 16. Тёмные паттерны в дизайне: манипуляция через интерфейсы. 17. Роль эмпатии в антикризисных PR-стратегиях. 18. Реклама и тревожность: как бренды эксплуатируют страх одиночества. 19. Психология инклюзивности: почему разнообразие в рекламе повышает лояльность. 20. Психология игровых механик в мобильной рекламе: от достижений до лутбоксов. 21. VR-реклама: как иммерсивность преодолевает скептицизм. 22. Квизы и опросы: почему пользователи готовы делиться личными данными. 23. Табу в рекламе: культурные различия в восприятии провокационного контента. 24. Психология цвета в разных культу-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			рах: почему белый — не всегда чистота. 25. Исламский маркетинг: как религия влияет на коммуникационные стратегии. 26. Нейросети и генерация названий брендов: психология «идеального» нейминга. 27. Архетипы Юнга в брендинге: почему Apple — «Герой», а Coca-Cola — «Ребёнок». 28. Психология слоганов: как 3 слова могут изменить восприятие бренда. 29. Метавселенные и PR: как виртуальные миры меняют коммуникацию с аудиторией. 30. Психология Web 3.0: децентрализация, NFT и доверие к брендам.
	Раздел 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ		1. Теория «6 принципов влияния» Роберта Чалдини и их применение в медиакоммуникациях. 2. Модель AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) в цифровой эпохе: эволюция или устаревание? 3. Манипуляция vs. убеждение: этические границы коммуникативных технологий. 4. Теория «нарративного паралича»: как истории блокируют критическое мышление. 5. Алгоритмы соцсетей как инструмент формирования общественного мнения. 6. Deepfake в политической пропаганде: угрозы демократическому дискурсу. 7. Таргетированная реклама: как Big Data предсказывает и меняет поведение пользователей. 8. Чат-боты и AI: психология доверия к виртуальным собеседникам. 9. Вирусные мемы как инструмент скрытого влияния: от развлечения до манипуляции. 10. Gaslighting в медиа: как СМИ создают альтернативную реальность. 11. Техники НЛП (нейролингвистического программирования) в политических дебатах. 12. «Якорение» в переговорах: как пер-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			вая информация определяет исход.** 13. Феномен «информационной перегрузки»: как хаос данных подавляет критическое мышление. 14. Прокрастинация как инструмент влияния: «Завтра будет поздно!» 15. Как распознать манипуляцию в медиа: алгоритмы факт-чекинга. 16. Цифровой детокс: сопротивление технологиям навязчивого влияния. 17. Регулирование политической рекламы: опыт ЕС и США. 18. Этика использования эмоциональных триггеров в социальной рекламе. 19. Эффект «спирали молчания»: как страх изоляции формирует общественное мнение. 20. Когнитивные искажения в принятии решений: роль СМИ и рекламы. 21. Эмоциональный шантаж в PR-кампаниях: «Если не ты, то кто?» 22. Психология конспирологических теорий: почему люди верят в фейки. 23. Кампания Cambridge Analytica: как данные Facebook изменили политику. 24. TikTok-пропаганда: влияние коротких видео на молодежь. 25. Роль телеграм-каналов в протестных движениях: пример Беларуси и Гонконга. 26. «Черные пятницы»: как искусственный ажиотаж стимулирует покупки.** 27. Психология культа личности: коммуникативные технологии Северной Кореи. 28. Метавселенные как новая площадка для скрытого влияния: риски и возможности. 29. NFT и бренды: как цифровое искусство манипулирует ценностью. 30. Искусственный интеллект в создании фейковых новостей: можно ли остановить эпоху постправды?
	Раздел 4. Технологии и результаты психологического воздействия в про-		1. Нейромаркетинг: как сканирование мозга предсказывает реакцию на рекламу.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
	движении		2. Эмоциональный искусственный интеллект: алгоритмы, определяющие настроение аудитории. 3. Геймификация в продвижении: игровые механики как инструмент вовлечения. 4. Дополненная реальность (AR) и её роль в создании «эмоциональных якорей». 5. Биометрические данные в рекламе: анализ пульса, мимики и движения глаз. 6. Эффект «социального доказательства»: почему отзывы и рейтинги продают. 7. Теория дефицита: как искусственное ограничение стимулирует покупки. 8. Принцип взаимности: бесплатные образцы и их влияние на лояльность. 9. Авторитет в рекламе: роли экспертов, врачей и знаменитостей. 10. Эффект якоря: как первая цена формирует восприятие выгоды. 11. Страх как инструмент продвижения: от страховок до социальной рекламы. 12. Ностальгия в маркетинге: почему ретро-стиль возвращает клиентов. 13. Юмор в рекламе: психология запоминаемости и виральности. 14. Эмпатия в брендинге: как истории меняют отношение к компаниям. 15. Цветовая психология: почему McDonald’s использует красный и желтый. 16. Таргетированная реклама: как Big Data предсказывает желания пользователей. 17. Соцсети и дофаминовые ловушки: алгоритмы, вызывающие привыкание. 18. Чат-боты с эмоциональным интеллектом: имитация человеческого общения. 19. Динамический контент: персонализация рекламы в реальном времени. 20. Психология кликбейта: почему заголовки-провокации работают. 21. Измерение ROI эмоциональных

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			кампаний: метрики успеха. 22. Кейс: Coca-Cola и «Share a Coke» — психология персонификации. 23. Кейс: IKEA и эффект «сделай сам» — как вовлечение повышает лояльность. 24. Провалы психологического воздействия: когда реклама вызывает отторжение. 25. Этика манипуляции: границы между влиянием и обманом. 26. A/B-тестирование эмоциональных триггеров: что работает лучше? 27. Лабораторные эксперименты в нейромаркетинге: этические дилеммы. 28. Полевые исследования: как поведенческая экономика меняет промоакции. 29. ИИ-генерация контента: сможет ли нейросеть заменить копирайтеров? 30. Метавселенные и психология присутствия: новые формы продвижения.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2, 3)
Заочная форма обучения (Курс 2, Сессия 1–4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной и письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	*1-15*
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	*16-30*
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

1. Какой вид восприятия играет ключевую роль в рекламе?

a) Тактильное

b) Зрительное

c) Аудиальное

d) Обонятельное

Ответ: _____

2. Какая теория объясняет восприятие рекламы как целостного образа?

a) Теория когнитивного диссонанса

b) Гештальт-психология

c) Теория социального научения

d) Психоанализ

Ответ: _____

3. Какой цвет чаще всего ассоциируется с надежностью и доверием в рекламе?

a) Красный

b) Синий

c) Зеленый

d) Желтый

Ответ: _____

4. Что из перечисленного НЕ является принципом гештальт-психологии?

a) Закон близости

b) Закон инерции

c) Закон симметрии

d) Закон фигуры и фона

Ответ: _____

5. Какой из следующих факторов повышает запоминаемость рекламного сообщения?

a) Эмоциональный отклик

b) Сложность текста

c) Избыток информации

d) Однообразие изображения

Ответ: _____

6. Как называется эффект, при котором частое повторение рекламного сообщения повышает его привлекательность?

a) Эффект Зейгарник

b) Эффект простого воздействия (mere exposure effect)

c) Эффект запаздывания

d) Эффект первичности

7. Какой из перечисленных рекламных приемов основан на когнитивном диссонансе?

a) Использование шокирующих образов

b) Призыв к действию

c) Сравнительная реклама

d) Противоречивые слоганы

8. Как называется прием в рекламе, когда демонстрируется товар в ситуации его использования?

a) Продукт-плейсмент

b) Директ-маркетинг

c) Вирусный маркетинг

d) Эффект якоря

9. Какое из утверждений верно для рекламы, воздействующей на бессознательное?

a) Она требует осознанного внимания зрителя

b) Она использует рациональные доводы

c) Она может включать скрытые сообщения

d) Она полностью игнорирует эмоциональные триггеры

10. Как называется стратегия рекламы, вызывающая у потребителя страх перед возможными негативными последствиями?

a) Шоковая реклама

b) Реклама дефицита

c) Агрессивный маркетинг

d) Реклама инверсии

11. Какой психологический эффект проявляется, когда человек чаще доверяет первой полученной информации?

a) Эффект ореола

b) Эффект первичности

c) Эффект новизны

d) Эффект Барнума

12. Как называется стратегия PR, при которой негативную информацию преподносят в положительном ключе?

a) Спин-докторинг

b) Бренд-менеджмент

c) Антикризисный PR

d) Рекламный аудит

13. Какой из эффектов заставляет людей верить в обобщенные положительные описания личности?

a) Эффект Барнума

b) Эффект первичности

c) Эффект якоря

d) Эффект наблюдателя

14. Какой из факторов влияет на формирование имиджа компании в глазах потребителей?

a) Качество продукции

b) Социальная ответственность

c) Репутация бренда

d) Все вышеперечисленное

15. Какая стратегия PR направлена на формирование долгосрочного доверия к бренду?

a) Кризисный менеджмент

b) Имиджевый PR

c) Чёрный PR

d) Антиреклама

Код контролируемой компетенции: ОПК-7

16. Как называется техника манипуляции, при которой создается иллюзия выбора?

a) Метод Сократа

b) Метод ложной дихотомии

c) Эффект рецентности

d) Эффект Барнума

17. Какой прием используется в рекламе для создания ощущения срочности?

a) Ограниченное предложение

b) Эффект якоря

c) Сравнительная реклама

d) Метод фрейминга

18. Какой термин означает подмену понятий в PR?

a) Спин-докторинг

b) Метод «ножниц»

c) Пропаганда

d) Метод контрастов

19. Какая техника манипуляции связана с сознательным занижением цены, чтобы привлечь внимание?

a) «Эффект приманки»

b) Метод «дверь в лицо»

c) Метод «нога в двери»

d) Ловушка с наживкой

20. Какой метод манипуляции связан с постепенным увеличением запросов после первоначального согласия?

a) Метод «нога в двери»

b) Метод «дверь в лицо»

c) Метод сравнения

d) Метод якоря

21. Какие эффекты влияют на восприятие личности в рекламе?

a) Эффект ореола

b) Эффект новизны

c) Эффект первичности

22. Что такое эффект рецентности?

a) Лучше запоминается последняя информация

b) Лучше запоминается первая информация

c) Информация воспринимается нейтрально

23. Какие виды памяти чаще всего используются при запоминании рекламных сообщений?

a) Кратковременная
b) Долговременная
c) Сенсорная

24. Какие методы психологического воздействия чаще всего используются в рекламе?

a) Рациональный подход
b) Эмоциональный подход
c) Подсознательное внушение

25. Что из перечисленного является психологическим триггером доверия в рекламе?

a) Использование известных личностей
b) Нейтральный тон повествования
c) Социальное доказательство (отзывы, рейтинги)

26. Какие приемы чаще всего используются в PR для управления кризисными ситуациями?

a) Открытая коммуникация
b) Замалчивание проблемы
c) Переключение внимания на другие темы

27. Что делает вирусную рекламу успешной?

a) Эмоциональный отклик
b) Высокая стоимость размещения
c) Возможность легкого распространения пользователями

28. Как называется техника, при которой человек соглашается на маленькую просьбу, а затем на более значительную?

a) Метод «нога в двери»
b) Метод «дверь в лицо»
c) Метод «якоря»

29. Какие психологические механизмы используются в сравнительной рекламе?

a) Контраст
b) Эффект первичности
c) Эффект рецентности

30. Какие стили подачи информации считаются наиболее эффективными в рекламных роликах?

a) Простые и понятные сообщения
b) Высокая информационная плотность
c) Использование визуальных и аудиальных триггеров

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим

собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.
Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Психология PR, рекламы и продвижения

Тема 1.1. Психология потребителя в PR и рекламе как маркетинговых коммуникациях при продвижении.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этапы развития психологии потребителя: Классические теории (З. Фрейд, Дж. Уотсон, А. Маслоу). Современные подходы: поведенческая экономика (Д. Канеман), нейромаркетинг. Эволюция методов воздействия в PR и рекламе: От прямых продаж к эмоциональному вовлечению (сторителлинг, архетипы брендов). Цифровая трансформация: таргетированная реклама, персонализация контента. Структура маркетинговых коммуникаций: Взаимодействие PR, рекламы, продаж и брендинга. Модель AIDA (Внимание, Интерес, Желание, Действие) и её адаптация в цифровой среде. Психологические факторы потребительского поведения: Когнитивные процессы: восприятие, память, обучение. Эмоциональные триггеры (страх, радость, ностальгия). Социальное влияние (референтные группы, мода, виральность).

Текст лекции.

Определение ИМК — интегрированные маркетинговые коммуникации (которое, несмотря на оживленные дискуссии по вопросу его актуальности, по-прежнему применимо) — допускает возможность того, что маркетинговые коммуникации могут быть или целенаправленными, как в случае PR, рекламы, прямого маркетинга и персональных продаж, или нецеленаправленными (хотя и оказывающими определенное воздействие), такими как внешний вид продукта, упаковка, состояние торговых помещений и вид персонала или цена. Из приведенных ранее определений также вытекает, что раз-личные компании являются как отправителями, так и получателями коммуникационных сигналов. В роли отправителя специалист по маркетинговым коммуникациям стремится проинформировать, убедить и побудить потребительский рынок предпринять действие, соответствующее его интересам. Как получатель, коммуникатор прислушивается к сигналам рынка для того, чтобы приспособить эти сообщения к нынешним целям, адаптировать

их к меняющимся условиям рынка и выявить новые коммуникации, оптимизировав методы воздействия на целевую аудиторию в их рамках.
Из всего сказанного следует, что маркетолог, занимающийся разработкой и реализацией программы продвижения товара, и PR-специалист, стремящийся в тех же целях создать позитивный имидж компании в глазах общественности, должны прежде всего определить и глубоко осознать истинные мотивы поведения потребите-лей. Для этого необходимо выявить скрытые механизмы потреби-тельского поведения и глубоко изучить мотивации потребителей.
Маркетинговые коммуникации в рамках продвижения вообще и PR в частности стремятся воздействовать на поведение потребителей в нужном производителю направлении, а для этого необходимо понимать психологические причины поведения потребителя. Есть несколько основных вопросов, на которые должны иметь ответ произ-водители-рекламодатели и PR-специалисты, а именно:

- что влияет на поведение потребителя на рынке?
- кто влияет на принятие решений о покупке?
- как потребители принимают свои решения?

О потребностях и мотивах потребителя подробно говорится в курсе «Поведение потребителей», неразрывно связанном с курсом «Связи с общественностью», а сейчас рассмотрим их в контексте деятельности продвижения. Итак, потребитель проявляет активность в виде деятельности потому, что стремится удовлетворить свои потребности. Как только он удовлетворяет базовые первичные, или витальные, потребности, он начинает стремиться к удовлетворению потребностей вторичных - социальных. Причем наряду с потребностями существуют еще и производные от них мотивы, образующие вместе мотивационно-потребностную сферу личности потребителя. В процессе деятельности, к которой он таким образом побуждается, снимается напряжение, вызванное воз-никновением подобных стремлений и желаний. Мотивация, лежа-щая в основе всякого (в том числе и потребительского) поведения, является результатом постоянного взаимного влияния определенного комплекса сознательных и бессознательных, рациональных, эмоциональных, чувственных, интеллектуальных, а также культурных и физиологических потребностей. В психологии мотив - это внутреннее побуждение индивида к действию, которое приведет к удовлетворению потребности конкретным образом в конкретной ситуации. Мотивация же — процесс организации и реализации комплекса взаимосвязанных мотивов, направляющих поведение человека на удовлетворение его многочисленных потребностей. Как известно, по мере развития общества увеличиваются и расширяются потребности его членов, при этом отдельные из потребностей становятся настолько актуальными, что побуждают (мотивируют) человека настойчиво искать все новые пути и способы их удовлет-ворения. При решении вопроса о том, каким образом осуществля-ется регуляция динамики потребительского поведения, исследуются проявления эмоций, субъективных переживаний (стремлений, желаний и т. п.), стереотипов, барьеров и установок в поведении субъекта — потребителя. Иначе говоря, мотивы потребителей связаны с восприятием, отношениями, стереотипами и установками, т. е. психологической предрасположенностью действовать или воспринимать что-то определенным образом. Так, например, в процессе исследований выяснилось, что на российском рынке в силу социокультурных особенностей не была бы принята «диетическая кола» из-за «медицинских» ассоциаций, вследствие чего у нас этот напиток был назван «легкой колой» и т. д. Помимо мотивов существуют еще и потребительские мотивировки, представляющие собой рациональное объяснение субъектом (потребителем) причин своих действий через указание на социально приемлемые для него обстоятельства, побудившие к выбору именно этих действий. Мотивировки отличаются от мотивов и выступают в качестве одной из форм осознания потребителем этих мотивов, их рационализации.
Отношения представляют собой фиксированное по какому-либо признаку взаиморасположение субъектов (потребителей), объектов (товаров) и их свойств (потребительских характеристик), всегда оказываясь результатом взаимодействия самых различных влияний, под которыми будущий потребитель постоянно находится с самого раннего детства. Основные группы и агенты влияния на потреби-тельское отношение и поведение — это семья, детский сад, школа, спортклуб, страта, к которой потребитель принадлежит, определенные социальные группы, как пред-

ставителя которых потребитель себя идентифицирует и члены которых выполняют функции ролевой модели, лидера общественного мнения, разнообразных настав-ников и др.

Тема 1.2. PR и пропаганда - психологические аспекты.
Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и различия PR и пропаганды**:** PR как инструмент управления репутацией и формирования доверия. Пропаганда как систематическое влияние на массовое сознание для продвижения идей или идеологий. Этические границы: информирование vs. манипуляция. Исторические примеры пропаганды**:** Военная пропаганда (плакаты времен Второй мировой войны, радиообращения). Политические кампании (Советская пропаганда, «Окна РОСТА»). Современные аналоги (информационные войны в соцсетях). Психологические теории влияния**:** Теория убеждения (Р. Чалдини: принципы взаимности, авторитета, социального доказательства). Теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер). Модель «Спираль молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Методы манипуляции сознанием**:** Использование эмоций (страх, гнев, надежда) в пропаганде. Демагогия, создание «образа врага», упрощение сложных проблем («черно-белое» мышление).

Текст лекции.

До сих пор мы говорили о коммуникации на микро- и мезоуровне, то есть о межличностном общении в рамках делового PR-общения.

Каково же практическое воплощение психологических коммуни-кативных технологий в PR-деятельности на макроуровне? Одним из них является использование психологических знаний в такой значимой области PR, как пропаганда. Как известно, долгое время эти термины отождествлялись и под PR часто подразумевалась именно пропаганда, что методологически неверно и терминологи-чески неточно, но ярко свидетельствует о важности данной сферы в PR-деятельности в целом. Рассматривая психологические аспекты

PR и продвижения, нельзя не остановиться на наиболее значимых работах, посвященных пропаганде. Сразу оговоримся, что мы будем рассуждать далее преимущественно о политпиаре и пропаганде в его рамках, что вовсе не означает, что пропаганда не используется во всех остальных областях PR-деятельности, просто наиболее наглядно можно продемонстрировать принципы и механизмы ее действия именно в сфере политического PR.

В настоящее время, по мере перехода нашей страны от постинду-стриального общества к обществу информационному, доля присутствия пропаганды в нашей жизни будет неуклонно возрастать. Это связано в первую очередь с тем, что объемы потребляемой нами информации резко возросли и системам переработки и хранения информации стало тяжело справляться с огромными информационными потоками. Эти факторы являются питательной средой для психологического воздействия пропаганды на сознание - она часто мимикрирует под сообщения СМИ, PR, политическую рекламу, поэтому зачастую выявить ее бывает очень сложно. Будучи направлен-ной на массовое сознание, политическая пропаганда тесно связана с ним, как товар со своим потребителем, и пока живет массовое сознание, будет жить и пропаганда, планируемая и осуществляемая PR-специалистами.

Психологические особенности пропаганды. Термин «пропа-ганда» (от лат. propaganda - распространение) имеет много опре-делений, основными из которых являются:

система деятельности, направленная на распространение зна-ний, художественных ценностей и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний, оказания влияния на социальное поведение людей;

распространение в массах идеологии и политики определенных классов, партий, государств;

средство манипуляции массовым сознанием.

Если проанализировать все вышеприведенные определения, то в структуре пропаганды, как и в структуре коммуникации, можно выделить следующие элементы: инициатора, информацию,

адресата и его действия, угодные инициатору и вызванные влиянием полученной информации. В роли инициатора в системе пропаган-ды, как правило, выступают политический лидер, правительство или политические партии. Источником информации в пропаган-дистской деятельности являются средства массовой информации (СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК). Однако в неко-торых случаях инициатор и источник информации могут меняться местами. Адресатом же как в первом, так и во втором случае явля-ется массовое сознание граждан своей страны, жителей нейтраль-ных, дружественных или враждебных стран. Пропагандистская информация направлена на эмоционально-волевую сферу массового сознания, изменения в которой и побуждают адресата совершить нужные инициатору действия. Для массового сознания характерны две особенности — тенденция к упрощению и тенденция к кон-кретизации, что было показано еще в начале XX в. французским исследователем психологии масс Г. Лебоном: «Упрощение — это выделение нескольких или единственного несложного признака для обозначения сложных явлений реальности. Конкретизация - сочетание более или менее абстрактных понятий с какими-либо конкретными привычными образами». Из двух этих особенностей образуются стереотипы. Данный термин ввел в социальные науки У. Липпман в своей работе «Общественное мнение», вышедшей в 1922 г. Липпман определил стереотип как упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта.

Польский исследователь пропаганды Л. Войтасик определяет стереотип «как распространенные с помощью языка или образа в определенных социальных группах устойчивые представления о фактах действительности, приводящие к весьма упрощенным преувеличенным оценкам и суждениям со стороны индивидов». Войтасик отнес стереотипы к специфической группе установок, существенно влияющих «на восприятие информации теми людьми, которые обладают ими». С точки зрения Е. Егоровой-Гантман и К. Плешакова, в нашем политическом сознании доминируют два вида стереоти-пов: стереотипы восприятия и стереотипы политической рекламы и пропаганды. Они полагают, что «стереотипы политической рекламы и пропаганды являются в какой-то мере вторичными, поскольку падают на хорошо удобренную собственными стереотипами почву.

Причем... чем примитивнее... пропагандистский стереотип, тем легче ассимилируется он в собственную систему стереотипов лично-сти, социальных и этнических групп». Войтасик отмечал: «Основная психологическая цель пропаганды — воздействие на систему идей-ных, общественных и политических установок людей.

РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ

Тема 2.1. Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные психологические теории и модели: Иерархия потребностей Маслоу: Учет базовых и высших потребностей аудитории. Теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер): Как противоречия влияют на принятие решений. Модель AIDA (Внимание → Интерес → Желание → Действие) и её модификации (AIDAS, AISDALSL). Теория социального доказательства (Р. Чалдини): Влияние мнения большинства на поведение. Когнитивные процессы в коммуникациях**:** Восприятие информации: селективное внимание, эффект первичности и новизны. Память: краткосрочная vs. долгосрочная, методы повышения запоминаемости (повторение, ассоциации). Принятие решений: рациональные vs. эмоциональные факторы. Эмоциональные триггеры в рекламе и PR**:** Использование страха, радости, ностальгии, чувства принадлежности. Сторителлинг: создание нарративов для вовлечения (пример: кампании Coca-Cola). Архетипы брендов (К. Пирсон): «Герой», «Мудрец», «Бунтарь» и их влияние на идентичность. Вербальные и невербальные элементы воздействия**:** Вербальные: Слоганы, ритм, рифма, языковые паттерны (например, «Just Do It»).

Текст лекции.

Реклама и PR — явления социально-психологические, это огромный поток информации. Переработка рекламной информации человеком осуществляется при помощи таких психологиче-

ских ме-ханизмов, как ощущения, восприятие, внимание, память, эмоции, мышление, воображение.

В то же время в процессе переработки рекламной информации важное место отводится отношению самого человека к рекламному сообщению, его эмоциям и чувствам (удовольствия, зависти), по-ниманию и принятию информации или, наоборот, ее отторжению.

Невозможно пытаться влиять на поведение потребителя без зна-ния основ его психической деятельности. Создание рекламы требу-ет хорошего знания психологии.

В этой теме вы познакомитесь с базовыми подходами общей пси-хологии, необходимыми в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Человек воспринимает окружающий мир при помощи сенсорных систем. Пять из них известны очень давно - это обоняние, вкус, осязание, зрение и слух. Существуют и другие каналы, по которым человек получает информацию: проприоцепция сообщает нам о положении наших собственных частей тела относительно друг друга, а вестибулярный аппарат - о положении нашего тела в пространстве, есть еще ряд чувств: голода, жажды, холода.

Кроме того, у человека есть восприятие хода времени — наши «вну-тренние часы». В курсе психологии рекламы нас, в первую очередь, будут интересовать пять «классических» сенсорных систем, так как рекламные сообщения воздействует именно на них.

Следует различать понятия «ощущение» и «восприятие». Ощущение — это отражение отдельных свойств внешней среды, воз-никающее при воздействии на органы чувств. Это элементарная единица нашего знакомства с окружающей средой, атом воспри-ятия. Например, мы можем ощутить: холодное, зеленое, кислое, громкое. Но эти единицы информации сами по себе мало нам помогают сориентироваться в окружающей действительности: «зе-леное» — это может быть и сигнал светофора, и куст в саду, и кро-кодил.

Восприятие и переработка рекламной информации осуществляются под воздействием множества различных факторов, но три ба-зовых компонента присутствуют всегда:

- когнитивный (познавательный);
- эмоциональный (аффективный);
- поведенческий (конативный).

Когнитивный компонент рекламного воздействия связан с тем, как рекламная информация воспринимается человеком. Для гра-мотного воздействия необходимо хорошо знать особенности функ-ционирования психических процессов, таких, как ощущение, вос-приятие, память, представление и воображение, мышление и речь и др.

Особенности и феномены восприятия наиболее общие и базовые факторы, которые нельзя не учитывать не только в рамках реклам-ной деятельности, но и в обыденной жизни.

Восприятие — это познавательный психический процесс, заключающийся в отражении целостных свойств и качеств предмета или явления при непосредственном его воздействии на органы чувств.

Свойства и виды восприятия?

Вопрос психологии восприятия крайне актуален. Поэтому необходимо выявить основные закономерности и формы проявления по-знавательной активности, характерные для восприятия предметов или явлений.

К основным свойствам восприятия относятся: предметность, целостность, структурность, константность, осмысленность, апперцепция и активность.

Предметность восприятия. Предметностью восприятия следует называть способность отражения объектов и явлений в форме отдельных предметов, а не набора различных ощущений. Данное свойство не является врожденным и формируется в процессе онтогенеза. И. М. Сеченов полагал, что предметность формируется на основе комплекса движений, обеспечивающих контакт ребенка с предметом. Таким моторным компонентом восприятия являются движения руки, повороты глазных яблок, движения гортани (при воспроизведении звука) и т. д.

Целостность восприятия. Восприятие, в отличие от ощущения, дает нам целостный образ объекта или явления, непосредственно воздействующего на органы чувств. В восприятии отражаются устойчивые связи между компонентами предмета или явления.

Структурность. Восприятие в большинстве случаев - не просто проекция наших ощущений и не просто их сумма, как предпола-галось в ранних представлениях о его сущности. Мы воспринимаем не идеальный предмет, а его изменение во времени и пространстве.
Например, мы не воспринимаем отдельно автомобиль и его движе-ние, как и слышим не отдельные ноты, но всю мелодию.
Константность восприятия - это относительное постоянство некоторых свойств предметов и явлений при изменении условий их восприятия. Так, константность восприятия цвета заключает-ся в относительной неизменности видимого цвета при изменении уровня освещенности!. Источником константности восприятия являются активные действия перцептивной системы. Данное свойство обеспечивает то, что мы многократно воспринимаем и опоз-наем одни и те же предметы при различных условиях. Это происходит вследствие того, что восприятие является саморегулирующимся процессом, обладающим механизмом обратной связи и подстраивающимся к особенностям воспринимаемого объекта и условиям его существования.
Апперцепция. Помимо характера раздражителя, восприятие во многом зависит и от воспринимающего субъекта. Вследствие этого в восприятии всегда сказывается особенности личности че-ловека. Закон «все в мире относительно» как раз обращен к дан-ному свойству восприятия. Зависимость восприятия от общего содержания психической жизни человека получила название «ап-перцепция». Это свойство психики используется при диагностике, например в проективных тестах. Таким образом, в зависимости от прошлого опыта каждого человека, один и тот же предмет может восприниматься разными людьми по-разному. На восприятие человеком того или иного объекта или явления могут влиять и по-ставленные перед ним задачи, мотивы его деятельности, интересы и направленность. Существенное место в апперцепции занимают установки и эмоции, которые также могут изменять содержание восприятия.

Явление ошибочного (ложного) или искаженного восприятия называется иллюзией восприятия. Данный феномен широко распространен и используется как в рекламе, так и в других сферах человеческого бытия. Например, в живописи для создания глубины неба картины под голубую краску обязательно кладется розовый цвет в оттенках, соответствующих передаваемому времени суток и уровню освещенности. Другим примером иллюзии восприятия является прямая проекция. Если диктор новостей смотрит непосредственно в объектив камеры, то у нас создается впечатление контакта глаз, независимо от угла восприятия экрана телевизора.

Осмысленность восприятия. Несмотря на то, что восприятие происходит при непосредственном воздействии раздражителя на органы чувств, перцептивные образы всегда имеют определенное смысловое значение. Связь восприятия с мышлением выра-жается, прежде всего, в мысленной классификации предмета, его категоризации, отнесении к определенной группе, классу. Данное свойство, в свою очередь, еще раз подтверждает положение о несво-димости восприятия к простой сумме отдельных ощущений. «Про-цесс осмысления воспринимаемой информации может быть представлен структурно-логической схемой. На первом этапе процесса восприятия происходит выделение комплекса стимулов из потока информации и принятие решения о том, что они относятся к одному и тому же определенному объекту. На втором этапе происходит поиск в памяти аналогичного или близкого по составу ощущений комплекса признаков, по которым можно идентифицировать объ-ект. На третьем этапе происходит отнесение воспринятого объекта к определенной категории с последующим поиском дополнительных признаков, подтверждающих или опровергающих правильность принятого решения. И, наконец, на четвертом этапе формируется окончательный вывод о том, что это за объект, с приписыванием ему еще не воспринятых свойств, характерных для объектов одного с ним класса. Таким образом, восприятие — это в значительной степени интеллектуальный процесс»!.

Тема 2.2. Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение ключевых понятий: Мотивация потребителя: Внутренние (потребности, ценности) и внешние (социальное влияние, реклама) факторы, стимулирующие покупки. Сег-

ментирование рынка: Разделение потребителей на группы с общими характеристиками для эффективного таргетинга. Теории мотивации: Иерархия потребностей Маслоу: Уровни потребностей (физиологические, безопасность, социальные, уважение, самореализация). Теория двух факторов Герцберга: Гигиенические факторы (базовые условия) vs. мотиваторы (стимулы к действию). Теория ожиданий Врума: Связь между усилиями, результатом и вознаграждением. Эмоциональная мотивация: Роль страха, радости, ностальгии в принятии решений (пример: реклама страховых услуг). Критерии сегментирования потребителей: Демографические: Возраст, пол, доход, образование. Географические: Регион, город/село, климат. Психографические: Стиль жизни, ценности, интересы (например, «ЗОЖ-аудитория»). Поведенческие: Частота покупок, лояльность к бренду, готовность к новинкам. Методы исследования мотивации: Качественные: Глубинные интервью, фокус-группы, этнографические исследования. Количественные: Опросы, анализ данных CRM-систем, A/B-тестирование.

Текст лекции.

Практика рекламы показывает, что сложно создавать сообщения, которые бы идеально подходили большим группам потребителей.

Маркетинг и реклама пришли к необходимости разделять аудиторию на более мелкие группы. Так появилось понятие «сегментиро-вания» - разделения аудитории на более мелкие совокупности.

Целевая аудитория (ЦА) — потенциальная совокупность людей, которым адресовано рекламное сообщение. То есть, рекламист ставит целью достичь рекламой сознания этих людей.

Сегмент — часть этой аудитории, группа потребителей, обладаю-щих схожими потребностями, потребительскими практиками и покупательной способностью.

Сегментирование проводится по разным основаниям:

- демографическому — полу, возрасту, национальности;
- *экономическому — типу домохозяйства, занятости, доходу и покупательной способности;*
- географическому — месту проживания и месту совершения покупок;
- психографическому - особенностям характера, поведения, стиля жизни и типу личности.

Первые три типа разделения целевой аудитории довольно фор-мальные. Данные, которые положены в основу этих видов сегмен-тирования, довольно легко добыть, это экономит деньги и время на разработку рекламно-маркетинговой стратегии. Однако этой информации совершенно недостаточно. Уже первые попытки сегмен-тации по формальным признакам закончились поиском общих по-требительских черт для получившихся групп, а стиль потребления привел к ряду вопросов о социально-психологических особенностях групп, которые данная сегментация раскрыть не смогла.

Психографическая сегментация помогает ответить на наиболее важные вопросы: каковы потребности людей, их мотивы, их жизненный стиль, на какую рекламу они обращают внимание, как принимают решения о покупках, что способно повлиять на их выбор, кто для них наиболее авторитетен и др. Есть множество подходов к психологическому сегментированию потребительской аудито-рии, которые производятся по разным основаниям и могут решать те или иные задачи.

4.2. Сегментирование по потребностям

Потребностно-мотивационная теория А. Маслоу. Теорию, объ-ясняющую иерархическое старение нашей сферы потребностей, разработал американский психолог А. Маслоу. Эта модель оказалась очень удачной и неоднократно была основой для разработки систем мотивации персонала, служила объяснительным принципом кон-цепций покупательского поведения и других бизнес-теорий. Маслоу выделил пять потребностей.

1 Физиологические (потребность в питании, одежде, тепле, жилье).

2 В безопасности (потребность в самосохранении, защищенно-сти, покровительстве, гарантированности завтрашнего дня).

Первые две потребности у нас общие с животными, в них много примитивного, однако они неизбежны и их необходимо удовлетво-рять, поэтому А. Маслоу назвал из «базовыми».

1 В любви (потребность иметь круг близких людей, семью, отношения с родственниками и любовь).
2 В уважении (потребность в признании заслуг, завоевании определенного статуса в организации, принадлежности к определенной социальной группе).
Эту пару потребностей А. Маслоу назвал «социальные». Они свойственны только человеку, они возможны благодаря тому, что человек воспитывается и живет в обществе и реализация как члена общества является для него важной.
5. В самореализации (потребность в развитии, реализации творческих планов, духовном росте, самореализации, возможности полностью раскрыть свои способности).
Потребность в самореализации стоит особняком. А. Маслоу утверждал, что до этого уровня доходит не каждый человек: есть люди, которые никогда не задумываются о вопросах, которые принадлежат этому уровню. Вопросы самореализации касаются такой сферы духовной жизни человека, где поднимаются важные экзи-стенциальные задачи: каково мое место в мире? мое предназначе-ние? в чем смысл жизни? зачем я живу?
Согласно модели А. Маслоу, человек одновременно может работать над реализацией желаний разных уровней. Иерархия показы-вает расположение потребностей в порядке их усложнения и на-мечает общие тенденции их удовлетворения. Эта схема является условной объяснительной моделью и ни в коем случае не имеет характера последовательности, где, пройдя один уровень, мы выходим на второй. Так, человек может по минимуму удовлетворять физические потребности, при этом сосредоточив основные силы на уровнях три, четыре и пять.
А. Маслоу утверждал, что люди обыкновенно бывают частич-но удовлетворены в базовых потребностях. По мере их удовлет-ворения, не стопроцентной, но хотя бы небольшой, достаточной для жизни, пробуждаются потребности верхних уровней. Причем это процесс постепенного пробуждения, он не носит взрывного, единовременного характера. Проснувшуюся потребность А. Маслоу называл «актуализованной». Таким образом, если не рассматривать экстремальные варианты, у нормально живущего человека актуа-лизованы хотя бы в какой-то мере потребности четырех или всех пяти уровней. Последний уровень А. Маслоу выделял как особый и говорил, что до него действительно нужно дорасти и он может пробуждаться не сразу и не у всех.
Интересно и то, что различные материальные и нематериальные блага могут служить для удовлетворения разных потребностей. Так, одна и та же покупка, один и тот же материальный объект, может служить удовлетворению потребностей разного уровня. Так, еда может удовлетворять потребности физического уровня, а роман-тический ужин служить целям выражения любви, застолье — социальным целям общения с друзьями. Важным оказывается не сам объект, а цель, с которой он используется. Это открывает широкие просторы для рекламного продвижения: на первый план выходит не продукт, а информация о нем.
Модель А. Маслоу может быть использована при формировании сообщений для целевой аудитории, сегментированной по уровню актуальных потребностей. Каждому уровню будут соответствовать сообщения, которые сулят эту потребность удовлетворить. Реклам-ное сообщение формируется в такой форме, чтобы потребитель увидел способ удовлетворения своей потребности через рекламируемый продукт.
Модель потребностей-мотивов А. Маслоу можно увидеть в рекламе финансовых и банковских продуктов. Сообщения, обращенные к потребителям, для которых основным является первый уровень, будут сформулированы таким образом, что пообещают удовлетворение физических потребностей в кратчайшие сроки. (Удовлетворе-ние физических потребностей сложно откладывать на потом.) Сред-ством реализации этих потребностей в современном мире являются деньги, поэтому фирма может обещать деньги «сейчас».
Банк «ВТБ», 2023. «Пусть все желания одобряется»: «Раздуйте себя и близ-ких. Исполняйте желания с кредитом наличными от ВТБ. С комфортным платежом от тысячи девятисот рублей. Оформите онлайн-заявку на ВТБ-точка-ру или по номеру "тысячи" и получите решение за пару минут. И пусть все желания одобрятся».
Тинькофф-банк, 2023. «Кредит с отсрочкой 90 дней»: «То самое чувство, когда только что получил деньги, которые нужны именно сейчас. Кредит в Тинькофф — одобряем Ваши планы.

Деньги на карту сразу, отсрочка первого платежа до 90 дней. Оформи в приложении Тинькофф и получи отсрочку первого платежа до 90 дней. Тинькофф — он такой один».
ОТП Банк, 2021. «Кредитная карта 120 дней без процентов»: «Опять откладываете покупку? В ОТП Банке есть решение! Просто идете на сайт ОТП-банк-точка-ру, оформляете кредитную карту — и готово! Оплачиваете любые покупки, а мы отпускаем ваш беспроцентный период на сто двадцать дней.

Кстати, карта бесплатная навсегда! Не откладывайте мечты на завтра — платите картой сейчас».

РАЗДЕЛ 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

Тема 3.1. Массовая коммуникация.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и сущность массовой коммуникации**:** Понятие, цели и функции (информирование, социализация, развлечение, пропаганда). Отличия от межличностной и групповой коммуникации. Виды каналов массовой коммуникации**:** Традиционные СМИ: телевидение, радио, печатные издания. Цифровые платформы: социальные сети, блоги, стриминговые сервисы (VK). Гибридные формы: онлайн-СМИ, подкасты, веб-трансляции. Модели массовой коммуникации**:** Модель Г. Лассуэлла («Кто → Что → По какому каналу → Кому → С каким эффектом?»). Теория двухступенчатого потока (П. Лазарсфельд и Э. Кац): роль лидеров мнений. Теория «Установления повестки дня» (agenda-setting).

Текст лекции.

Коммуникация является одной из центральных составляющих современного общества. Статус страны, фирмы, организации в ре-альном мире определяется также ее статусом в информационном пространстве.

Массовая коммуникация — процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т. п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение, компьютерная техника и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории!.

Основные параметры, отличающие массовую коммуникацию от групповой, — количественные. В то же время вследствие значи-тельного количественного превосходства (увеличение отдельных коммуникативных актов, каналов, участников и т. п.) создается новая качественная сущность, у коммуникации появляются новые возможности, создается потребность в особых средствах (передача информации на расстояние, скорость, тиражирование и т. п.).

Условия функционирования массовой коммуникации (по В. П. Конецкой):

- массовая аудитория (она анонимна, пространственно рассре-доточена, но делится на группы по интересам и т. п.);
- социальная значимость информации;
- наличие технических средств, обеспечивающих регулярность, скорость, тиражированность информации, передачу ее на расстоя-ние, хранение и многоканальность (в современную эпоху всеми от-мечается преобладание визуального канала).

Первым в истории средством массовой информации стала пе-риодическая печать. Ее задачи менялись на протяжении времени.

Так, в XVI—XVII вв. господствовала авторитарная теория печати, в XVII в. — теория свободной печати, в XIX в., наряду с другими, возникла теория пролетарской печати, а в середине XX в. появилась теория социально-ответственной печати. С точки зрения восприятия информации периодическая печать является более сложной формой по сравнению с компьютерными сетями, радио и телевидением.

А с точки зрения подачи материала газеты менее оперативны, чем другие виды СМИ. Вместе с тем у периодических печатных средств доставки массовой информации есть неоспоримые преимущества: газету можно читать практически везде; к одному и тому же материалу можно неоднократно возвращаться; материал газеты традиционно имеет все признаки правовой легитимности; газету можно передавать друг другу и т. д. Согласно социологическим опросам,

среднестатистический гражданин по утрам предпочитает в качестве средства массовой коммуникации радио, так как в условиях дефицита времени оно создает ненавязчивый информационный фон, дает информацию и не отвлекает от дел. Вечером предпочти-тельнее телевидение, так как оно является самым легким с точки зрения восприятия информации.

Массовая коммуникация характеризуется следующими признаками':

3 опосредованность общения техническими средствами (обе-спечивающих регулярность и тиражированность);

4 массовость аудитории, общение больших социальных групп;

5 ярко выраженная социальная ориентированность общения;

6 организованный, институциональный характер общения;

7 отсутствие непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе коммуникации;

8 социальная значимость информации;

многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств, обеспечивающих вариативность и нормативность массовой коммуникации;

- повышенная требовательность к соблюдению принятых норм общения;
- однонаправленность информации и фиксирование коммуни-кативных ролей;
- «коллективный» характер коммуникатора и его публичная индивидуальность;
- стихийная, анонимная, разрозненная аудитория;
- массовость, публичность, социальная актуальность и перио-дичность сообщений;
- преобладание двухступенчатого характера восприятия со-общения.

Социальная значимость массовой коммуникации заключается в соответствии определенным социальным запросам и ожиданиям (мотивированность, ожидание оценки, формирование общественного мнения) и в воздействии (обучение, убеждение, внушение и т. п.). При этом лучше воспринимается ожидаемое сообщение, когда для различных целевых групп готовятся отдельные сообщения с учетом интересов целевой аудитории.

Взаимоотношение источника и получателя в массовой коммуникации также приобретает качественно новый характер. В качестве отправителя сообщения выступает общественный институт либо мифологизированный индивид. Получателем являются целевые группы (target groups), объединяемые по некоторым социально значимым признакам. Задача массовой коммуникации — поддер-жание связи внутри групп и между ними в обществе. Фактически такие группы могут создаваться в результате воздействия массовых сообщений (электорат новой партии, потребители нового товара, клиенты новой фирмы).

Массовая коммуникация, согласно У. Эко, появляется в то время, когда имеется:

9 общество индустриального типа, внешне сбалансированное, но на деле насыщенное различиями и контрастами;

10 каналы коммуникации, обеспечивающее ее получение не определенными группами, но неопределенным кругом адреса-тов, занимающих разное общественное положение;

11 группы производителей, вырабатывающих и выпускающих сообщения промышленным способом.

Г. Лассвелл выделяет следующие функции массовой коммуникации:

3 информационную (обозрение окружающего мира);

4 регулирующую (воздействие на общество и познание его через обратную связь);

5 культурологическую (сохранение и передача культурного наследия от поколения к поколению).

Ряд исследователей добавляет развлекательную функцию.

Тема 3.2. Особенности коммуникаций в рекламе и PR.
Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и различия рекламы и PR**:** Реклама: платное продвижение товаров/услуг, прямая стимуляция продаж. PR: управление репутацией, построение долгосрочных отношений с аудиторией. Сходства и различия в целях, методах и каналах коммуникации. Ключевые каналы коммуникаций: Реклама: Традиционные медиа (ТВ, радио, печать). Цифровые платформы (таргетированная реклама, контекстная реклама, соцсети). Наружная реклама (билборды, транспорт). PR: Пресс-релизы, медиа-партнёрства, публичные выступления. Событийный маркетинг (ивенты, спонсорство). Социальные проекты и корпоративная социальная ответственность (КСО). Психологические аспекты воздействия: Теория убеждения (Р. Чалдини): принципы взаимности, авторитета, дефицита. Эмоциональные триггеры: страх, радость, ностальгия (пример: реклама страхования). Сторителлинг в PR: создание нарративов для формирования лояльности (истории брендов Apple, Nike).

Текст лекции.

Коммуникация представляет собой процесс обмена смысловой информацией между людьми, при котором сообщение или сигнал в виде скомпонованных определенным образом знаков или символов передается целенаправленно, принимается избирательно в соответствии с определенными правилами, независимо от того, приводит ли этот процесс к ожидаемому результату. Изучение и осмысление современной коммуникативистики рассматривается учеными в нескольких конкретно-научных парадигмах, это различные подходы технократического (механистического) и интеракционно-го (деятельностного) характера:

◦ В механистической парадигме под коммуникацией понимается однонаправленный процесс передачи закодированной информации от источника сообщения и приема ее получателем с последу-ющим декодированием и использованием.

В деятельностном подходе коммуникация понимается как совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними.

Для механистического подхода характерно рассмотрение человека как определенного рода механизма, действия которого могут быть описаны определенными конечными правилами. Контекст внешней среды коммуникации здесь рассматривается как шум, по-меха. В ряде случаев для отдельных прикладных применений теории коммуникации и простоты усвоения возможно использование механистических метафор (обмен информацией и т. д.), но нужно учитывать при этом некоторую их условность.

Для деятельностного подхода характерны процессуальность, кон-тинуальность, контекстуальность. В целом, этот подход более близок к реальности жизни и более гуманистичен, больше направлен на объяснение процесса взаимодействия между людьми и указания значения и места человека в социуме.

Коммуникация происходит не только в человеческих социальных системах. Она характерна и для животных (брачные танцы птиц, токование глухаря, язык пчел и др.) и для механизмов, т. е. создан-ных человеком предметов (трубопроводы, канализация, транспорт, телеграфные и телефонные сигналы, взаимосвязь компьютеров в Интернете и т. п.; при этом сюда не следует включать человече-скую коммуникацию с помощью механизмов). Определенного рода коммуникации можно наблюдать даже в той части природы, которую мы привыкли рассматривать как неживую, например бывает коммуникация между некоторыми растениями. Так, африканская акация с помощью выбрасывания в окружающее пространство определенных химических ферментных соединений способна сообщать другим акациям о нашествии жирафов, поедающих нежные древесные побеги. Получив подобную информацию, очень быстро листья окружающих деревьев приобретают все качества, характерные для пищи, несъедобной с точки зрения животного.

Коммуникация - это сложный процесс, состоящий из взаимоза-висимых шагов, каждый из этих шагов необходим для того, чтобы сделать наши помыслы и действия понятными другому участнику данного взаимодействия.

Цели коммуникации

Коммуникативный процесс — это обмен информацией между двумя людьми или группами собеседников при помощи различных вербальных и невербальных средств по разным коммуникативным каналам. Основная цель коммуникативного процесса — обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена, т. е. сообщений. Однако сам факт обмена информацией не гаран-тирует эффективности общения участвовавших в обмене людей.

Чтобы лучше понимать процесс обмена информацией и условия его эффективности, следует иметь представление о стадиях процесса, в котором участвуют двое или большее число людей.

Вне зависимости от средств и каналов коммуникации, мы передаем сообщения для того, чтобы:

- предупредить других людей (дорожные знаки или крик);
- информировать других людей (телетекст или пресс-релиз);
- объяснить что-либо (учебник или план эксперимента);
- развлечь (анекдот или художественный фильм);
- описать что-либо (документальный фильм или устный рас-сказ);
- убедить кого-либо (плакат, призывающий: «Храните деньги в сберегательной кассе!»).

Все это цели коммуникации. Чаще всего в пределах одной коммуникации их бывает несколько: фильм может и развлекать, и ин-формировать, и описывать, и предупреждать, и объяснять. Базовой причиной коммуникации служат социальные потребности человека или группы людей. Мы вступаем в коммуникативный процесс с целью удовлетворения тех или иных своих насущных потребностей.

Следовательно, цели коммуникации обслуживают потребности че-ловека, к основным из которых можно отнести:

выживание;

сотрудничество с другими людьми;

личные потребности;

поддержание отношений с другими людьми;

убеждение других действовать или думать каким-либо обра-зом;

осуществление власти над другими людьми (сюда относится и пропаганда);

объединение обществ и организаций в одно целое;

получение и сообщение информации;

осознание мира и нашего опыта в нем (во что мы верим, что думаем о себе, об отношениях с другими людьми, о том, что являет-ся истинным);

проявление творческой натуры и воображения.

Принято распределять наши потребности по четырем группам: личные, социальные, экономические и творческие. Для трактовки и понимания теории коммуникации как научного знания о законах социального взаимодействия, нас прежде всего интересуют личные и социальные потребности человека.

РАЗДЕЛ 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении

Тема 4.1. Технологии и инструментарий PR-коммуникаций при продвижении. Маркетинг внедрения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение ключевых понятий**:** PR-коммуникации: Управление репутацией, формирование доверия и взаимодействие с целевой аудиторией. Маркетинг внедрения: Стратегии продвижения новых продуктов/услуг на рынок, включая адаптацию к потребностям аудитории. Инструменты PR-коммуникаций**:** Традиционные**:** Пресс-релизы, медиа-киты, публикации в СМИ. Организация мероприятий (презентации, пресс-конференции). Цифровые**:** Социальные сети (SMM, работа с инфлюенсерами). Блоги, email-рассылки, вебинары. Креативные**:** Сторителлинг, вирусный контент, UGC (User-Generated Content). Технологии в PR**:** Аналитика данных**:** Мониторинг медиапространства (Google Analytics, Brandwatch). Оценка тональности упоминаний (Sentiment Analysis). Автоматизация**:** CRM-системы для управления контактами

(HubSpot, Salesforce). Инструменты для планирования контента (Hootsuite, Buffer). Искусственный интеллект**:** Генерация текстов (ChatGPT), прогнозирование трендов.

Тема 4.2. Токсичные маркетинговые коммуникации: эффекты негативного психологического воздействия на массовое сознание и выработка критериев оценки степени токсичности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение токсичных маркетинговых коммуникаций**:** Ключевые характеристики: манипуляция, дезинформация, эксплуатация страхов/стыда. Примеры: агрессивная реклама, пропаганда нереалистичных стандартов красоты, фейковые отзывы. Виды токсичных коммуникаций**:** Манипулятивные: Использование FOMO (страх упустить выгоду), газлайтинг («Только у нас правильный продукт»). Деструктивные: Продвижение вредных привычек (алкоголь, азартные игры), стереотипизация (гендерные, расовые клише). Дезинформационные: Фейковые новости, ложные научные утверждения («Чудо-средства»). Психологические эффекты негативного воздействия**:** Индивидуальные**:** Тревога, снижение самооценки, формирование зависимостей. Пример: реклама диет, провоцирующая расстройства пищевого поведения. Социальные**:** Усиление предрассудков, поляризация общества. Пример: политическая реклама, разжигающая ненависть

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.1. Общие вопросы экономики

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. «Экономические категории и экономические законы»
   «Структура

Тема практического занятия 1.2. Предприятие в современной экономике

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

2. «Экономические категории и экономические законы»
3. «Структура рынка в современной российской экономике: особенности и динамика»
4. «

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1. Макроэкономическая нестабильность и экономический рост.

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. «Цикличность как форма экономического развития»
2. «Занятость как центральная проблема экономики»

Тема практического занятия 2.2. Государственная экономическая политика.

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

3. «Цикличность как форма экономического развития»

4.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Психология PR, рекламы и продвижения	Подготовка доклада
Раздел 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ	Подготовка доклада
Раздел 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ	Подготовка доклада
Раздел 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении	Подготовка доклада

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.
Перечень тем докладов:

1. Эмоциональное вовлечение в рекламе: как страх и радость влияют на выбор потребителя.
2. Манипуляция в PR: этические границы и последствия.
3. Психология цвета в брендинге: как оттенки формируют восприятие.
4. Роль социальных норм в продвижении товаров.
5. Нейромаркетинг: как мозг реагирует на рекламу.
6. Поколенческие различия в восприятии маркетинговых сообщений (Gen Z vs. бумеры).
7. Влияние стереотипов на рекламные кампании (гендерные, расовые).
8. Ностальгия как инструмент продвижения: кейсы Coca-Cola и Nintendo.
9. Психология импульсивных покупок: триггеры и методы управления.
10. Кризисные коммуникации: как сохранить доверие аудитории.
11. Роль лидеров мнений (инфлюенсеров) в формировании лояльности.
12. Эффект «сарафанного радио»: психологические механизмы виральности.
13. Психология ценового восприятия: почему 999 рублей лучше 1000.
14. Бренды-люкс: как статус влияет на потребительское поведение.
15. Психология упаковки: почему дизайн решает больше, чем состав.
16. Эффект якоря в ценообразовании.
17. Реклама для детей: этика и психологические риски.
18. Использование юмора в рекламе: когда это работает, а когда нет.
19. Психология страха в социальной рекламе (антитабачные кампании).
20. Эмоциональный интеллект в PR: как управлять настроениями аудитории.
21. Психология лояльности: программы вознаграждений и их эффективность.
22. Роль музыки и звуков в рекламных роликах.
23. Психология «зеленого» маркетинга: почему экологичность продает.
24. Влияние культурных кодов на глобальные бренды (McDonald’s, IKEA).
25. Психология отзывов: как негатив влияет на репутацию.
26. Теория привязанности в брендинге: Apple как пример.

27. Психология сезонных распродаж: Black Friday и потребительская истерия.
28. Эффект «ограниченного предложения»: FOMO в действии.
29. Психология нейминга: как название продукта влияет на продажи.
30. Этические дилеммы в таргетированной рекламе.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.
Перечень тем докладов:

1. Модель AIDA: психология каждого этапа.
2. Теория когнитивного диссонанса в рекламе.
3. Иерархия потребностей Маслоу и её применение в маркетинге.
4. Теория убеждения Роберта Чалдини: 6 принципов влияния.
5. Роль архетипов в построении бренда (Юнг vs. К. Пирсон).
6. Психология восприятия визуального контента: шрифты, изображения, композиция.
7. Теория социального доказательства в PR.
8. Модель «Спираль молчания» и её применение в медиастратегиях.
9. Психология доверия: как PR формирует репутацию.
10. Теория использования и удовлетворения (U&G) в цифровом маркетинге.
11. Модель «Поведенческой экономики» Д. Канемана: иррациональный потребитель.
12. Психология цвета: как красный и синий влияют на конверсию.
13. Теория фрейминга: подача информации через призму контекста.
14. Эффект первичности и новизны в коммуникациях.
15. Психология длинных текстов vs. коротких сообщений.
16. Роль метафор и ассоциаций в рекламных слоганах.
17. Теория культивации: как медиа формируют реальность.
18. Психология страха и его использование в социальной рекламе.
19. Теория «Эмоционального брендинга» Марка Гобэ.
20. Психология сегментирования аудитории: от демографии до психографии.
21. Теория «Lovemarks»: как бренды вызывают любовь.
22. Психология восприятия времени в рекламе (срочность vs. вечность).
23. Модель «Пирамиды коммуникаций»: от информации к действию.
24. Психология юзабилити: как дизайн сайта влияет на конверсию.
25. Теория привязки к бренду: лояльность через идентичность.
26. Психология слоганов: почему «Just Do It» работает.
27. Роль зеркальных нейронов в эмпатической рекламе.
28. Теория «Информационной перегрузки»: как не потерять аудиторию.
29. Психология форматов: видео vs. текст vs. инфографика.
30. Теория «Цифровой усталости» и пути её преодоления.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.
Перечень тем докладов:

1. Сторителлинг в PR: как истории меняют восприятие бренда.
2. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в рекламе.
3. Геймификация: как игровые механики вовлекают аудиторию.
4. Таргетированная реклама: психология микросегментирования.
5. Вирусный маркетинг: почему люди делятся контентом.
6. AR/VR-технологии: иммерсивный опыт как инструмент влияния.
7. Чат-боты и их роль в персональном общении с клиентом.
8. Использование Big Data для прогнозирования поведения потребителей.
9. Глубокие фейки (Deepfakes): угрозы и возможности.
10. Интерактивная реклама: квизы, опросы, челленджи.
11. Психология email-маркетинга: как повысить открываемость писем.
12. Технология «Продажа через боль»: выявление и эксплуатация проблем аудитории.

13. UGC (User-Generated Content): доверие через контент пользователей.
14. Психология микротаргетинга в политических кампаниях.
15. Использование страха упустить выгоду (FOMO) в e-commerce.
16. Технологии «темных паттернов» в интерфейсах.
17. Психология алгоритмов соцсетей: как контент попадает в ленту.
18. Персонализация рекламы: баланс между релевантностью и приватностью.
19. Психология «белого шума»: как выделиться в информационном потоке.
20. Технология «Social Proof»: отзывы, рейтинги, значки.
21. Использование мемов в коммуникациях: от развлечения к влиянию.
22. Психология «скрытой рекламы» (product placement).
23. Технология «A/B-тестирования»: поиск идеального сообщения.
24. Психология голосовых помощников (Siri, Alexa): новые каналы влияния.
25. Технологии крипто-маркетинга: NFT и блокчейн.
26. Психология метавселенных: брендинг в виртуальной реальности.
27. Использование страха и надежды в политической пропаганде.
28. Технология «сенсорного маркетинга»: запахи, текстуры, звуки.
29. Психология «инфлюенс-маркетинга»: доверие vs. продажи.
30. Технология «шок-контента»: этика и эффективность.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.
Перечень тем докладов:

1. Измерение эмоционального отклика: технологии facial coding и EEG.
2. Кейс: Как Tesla создала культ вокруг электромобилей.
3. Психология «зеленого камуфляжа» (greenwashing): примеры и последствия.
4. Эффективность социальных кампаний: #MeToo и влияние на бренды.
5. Нейромаркетинг в действии: кейс Coca-Cola vs. Pepsi.
6. Провалы PR: уроки от Pepsi и Kendall Jenner.
7. Влияние TikTok на потребительские привычки Gen Z.
8. Кейс: Как Nike использовал протесты для продвижения.
9. Психология «отмены брендов» (cancel culture): причины и последствия.
10. Результаты использования AR в рекламе: IKEA Place.
11. Психология кризисов: как Johnson & Johnson спасли Tylenol.
12. Влияние инфлюенсеров на продажи: пример Kylie Cosmetics.
13. Кейс: Успех Dove «Real Beauty» и его социальный эффект.
14. Психология «хайпа»: как провокации продают (Balenciaga, Gucci).
15. Результаты внедрения AI в службу поддержки: чат-боты Sephora.
16. Кейс: Как Starbucks вернул доверие после расового скандала.
17. Психология «вирального» контента: пример Ice Bucket Challenge.
18. Эффективность UGC: GoPro и контент пользователей.
19. Кейс: Провал Google Glass и уроки для маркетологов.
20. Влияние фейковых новостей на репутацию брендов.
21. Результаты использования FOMO в Black Friday.
22. Кейс: Как Patagonia превратила экологичность в прибыль.
23. Психология «эхо-камер»: как соцсети усиливают поляризацию.
24. Эффективность sustainability-коммуникаций: H&M vs. Patagonia.
25. Кейс: Успех Red Bull в создании экстремального имиджа.
26. Влияние алгоритмов Netflix на потребительские предпочтения.
27. Психология «глокализации»: McDonald’s в Индии и Японии.
28. Результаты использования Big Data в Amazon.
29. Кейс: Как Apple создала культ через минимализм.
30. Психология «цифрового детокса»: ответ аудитории на перегрузку.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Психология PR, рекламы и продвижения

Тема 1.1. Психология потребителя в PR и рекламе как маркетинговых коммуникациях при продвижении.

Не предсмотрено

Тема 1.2. PR и пропаганда - психологические аспекты.

Не предсмотрено

РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И PR-КОММУНИКАЦИЙ

Тема 2.1. Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций.

Не предсмотрено

Тема 2.2. Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей.

Не предсмотрено

РАЗДЕЛ 3. КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

Тема 3.1. Массовая коммуникация.

Не предсмотрено

Тема 3.2. Особенности коммуникаций в рекламе и PR.

Не предсмотрено

РАЗДЕЛ 4. Технологии и результаты психологического воздействия в продвижении

Тема 4.1. Технологии и инструментарий PR-коммуникаций при продвижении. Маркетинг внедрения.

Не предсмотрено

Тема 4.2. Токсичные маркетинговые коммуникации: эффекты негативного психологического воздействия на массовое сознание и выработка критериев оценки степени токсичности.

Не предсмотрено

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СОЦИОЛОГИЯ БРЕНДИНГА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС

Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 9
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 9
3.1.1. Основная литература 9
3.1.2. Дополнительная литература 9
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 10
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 10
3.3.1. Средства информационных технологий 10
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 10
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 11
3.4. Образовательные технологии 11
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 12
Приложение 1. 13
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 13
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 18
Приложение 2. 22
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 22
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 22
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 26
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 36
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 38
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 42

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) – сформировать у студентов комплексное понимание брендинга как социального феномена, изучить его роль в современном обществе, а также развить навыки анализа и создания брендов с учетом социокультурных, экономических и психологических аспектов. Дисциплина направлена на подготовку специалистов, способных эффективно использовать социологические методы для исследования потребительского поведения, формирования имиджа бренда и управления его восприятием в различных социальных группах.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучить теоретические основы социологии брендинга, включая историю развития, ключевые концепции и роль брендов в современном обществе.
2. Развить у студентов навыки применения социологических методов для анализа потребительского поведения, идентификации целевых аудиторий и исследования восприятия брендов.
3. Научить студентов разрабатывать стратегии брендинга, учитывающие социокультурные особенности, ценности и ожидания различных социальных групп.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает: основные теоретические концепции социологии брендинга; социокультурные, экономические и психологические аспекты формирования и восприятия брендов; методы исследования потребительского поведения и анализа целевых аудиторий. Умеет: применять социологические методы для изучения восприятия брендов; разрабатывать стратегии брендинга с учетом ценностей и ожиданий различных социальных групп; анализировать влияние брендов на общество и культуру. Владеет: навыками проведения социологических исследований в области брендинга; методами создания и управления имиджем бренда; инструментами интеграции социологических знаний в практику бренд-менеджмента.
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**72**	**72**
Лекционные занятия	12	12
из них: в форме практической подготовки		
Практические занятия	44	44
из них: в форме практической подготовки		
Консультации	16	16
из них: в форме практической подготовки		
Самостоятельная работа обучающихся	**63**	**63**
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**
Форма промежуточной аттестации	*Зачет*	*Зачет*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2
		Сессия 1-2
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**16**	**16**
Лекционные занятия	8	8
из них: в форме практической подготовки		
Практические занятия	8	8
из них: в форме практической подготовки		
Самостоятельная работа обучающихся	**124**	**124**
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**
Форма промежуточной аттестации	*Зачет*	*Зачет*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 3)											
Раздел 1. Теоретические основы социологии брендинга				**4**		**8**				**4**	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.1. Бренд как социальный феномен: история, понятие, функции				2		4				2	
Тема 1.2. Основные социологические теории и подходы к изучению брендинга				2		4				2	
Раздел 2. Социокультурные аспекты брендинга				**4**		**8**				**4**	
Тема 2.1. Влияние культуры и общества на формирование брендов				2		4				2	
Тема 2.2. Бренды как инструмент формирования идентичности и социальных ценностей				2		4				2	
Раздел 3. Потребительское поведение и восприятие брендов				**2**		**14**				**4**	
Тема 3.1. Социологические методы исследования потребительского поведения				1		6				2	
Тема 3.2. Факторы, влияющие на восприятие брендов: социальные, психологические, экономические				1		8				2	
Раздел 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе				**2**		**14**				**4**	
Тема 4.1. Разработка бренд-стратегий с учетом социокультурных особенностей				1		6				2	
Тема 4.2. Управление репутацией и имиджем бренда в условиях социальных изменений				1		8				2	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**63**		**12**		**44**				**16**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	ятельная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (курс 2, сессия 1-2)											
Раздел 1. Теоретические основы социологии брендинга	**34**	**30**	**4**	**4**							
Тема 1.1. Бренд как социальный феномен: история, понятие, функции	17	15	2	2							
Тема 1.2. Основные социологические теории и подходы к изучению брендинга	17	15	2	2							
Раздел 2. Социокультурные аспекты брендинга	**34**	**30**	**4**	**4**							
Тема 2.1. Влияние культуры и общества на формирование брендов	17	15	2	2							
Тема 2.2. Бренды как инструмент формирования идентичности и социальных ценностей	17	15	2	2							
Раздел 3. Потребительское поведение и восприятие брендов	36	**32**	**4**			**4**					
Тема 3.1. Социологические методы исследования потребительского поведения	18	16	2			2					
Тема 3.2. Факторы, влияющие на восприятие брендов: социальные, психологические, экономические	18	16	2			2					
Раздел 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе	**36**	**32**	**4**			**4**					
Тема 4.1. Разработка бренд-стратегий с учетом социокультурных особенностей	18	16	2			2					
Тема 4.2. Управление репутацией и имиджем бренда в условиях социальных изменений	18	16	2			2					
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**144**	**124**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы социологии брендинга

Тема 1.1. Бренд как социальный феномен: история, понятие, функции.

Перечень изучаемых элементов содержания:

История возникновения и эволюция брендов: от товарных знаков к социальным символам; основные этапы развития брендинга как практики и науки. Понятие бренда в социологии: бренд как коммуникационный, культурный и экономический феномен; функции брендов в обществе (идентификация, дифференциация, создание ценности). Роль брендов в формировании социальных норм, ценностей и идентичностей; бренды как инструмент социальной стратификации и культурной интеграции.

Тема 1.2. Основные социологические теории и подходы к изучению брендинга.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Классические социологические теории, применимые к изучению брендинга: теория символического интеракционизма (Дж. Г. Мид), теория социального конструирования реальности (П. Бергер, Т. Лукман). Современные подходы: теория потребительской культуры (Д. Слэйтер), концепция брендов как символических ресурсов (П. Бурдье). Методы социологического исследования брендов: качественные (интервью, фокус-группы) и количественные (опросы, контент-анализ); анализ брендов через призму социальных медиа и цифровых платформ.

РАЗДЕЛ 2. Социокультурные аспекты брендинга

Тема 2.1. Влияние культуры и общества на формирование брендов.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Культурные коды и их роль в создании брендов; влияние национальных, региональных и глобальных культур на брендинг. Социальные тренды и их отражение в брендах: экологичность, инклюзивность, цифровизация. Бренды как агенты культурных изменений: примеры успешной интеграции брендов в культурный контекст; кейсы неудач и их анализ.

Тема 2.2. Бренды как инструмент формирования идентичности и социальных ценностей.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Бренды и идентичность: как бренды формируют индивидуальную и групповую идентичность; понятие "бренд-идентичность". Социальные ценности в брендинге: этика, устойчивое развитие, социальная ответственность; бренды как проводники ценностей. Влияние брендов на социальные нормы и поведение: от моды до образа жизни; бренды как часть социальной мифологии.

РАЗДЕЛ 3. Потребительское поведение и восприятие брендов

Тема 3.1. Социологические методы исследования потребительского поведения.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Основные методы изучения потребительского поведения: опросы, наблюдение, эксперименты, анализ больших данных. Социологические подходы к сегментации аудитории: демографические, психографические, поведенческие критерии. Роль социальных медиа в исследовании потребительского поведения: анализ пользовательского контента, виральность, вовлеченность.

Тема 3.2. Факторы, влияющие на восприятие брендов: социальные, психологические, экономические.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Социальные факторы: влияние референтных групп, моды, социального статуса на восприятие брендов. Психологические факторы: когнитивные процессы (восприятие, память), эмоциональные триггеры (доверие, ностальгия). Экономические факторы: цена как индикатор качества, восприятие ценности бренда; влияние экономических кризисов на лояльность к брендам.

РАЗДЕЛ 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе

Тема 4.1. Разработка бренд-стратегий с учетом социокультурных особенностей.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Этапы разработки бренд-стратегии: анализ целевой аудитории, позиционирование, создание уникального торгового предложения (УТП). Учет социокультурных особенностей: адаптация брендов к локальным рынкам, кросс-культурные различия. Примеры успешных и неудачных бренд-стратегий: анализ кейсов.

Тема 4.2. Управление репутацией и имиджем бренда в условиях социальных изменений.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Репутация бренда как социальный капитал: факторы, влияющие на репутацию, методы её оценки. Кризисное управление брендом: стратегии работы с негативным общественным мнением, восстановление доверия. Роль цифровых технологий в управлении имиджем бренда: мониторинг социальных медиа, работа с инфлюенсерами, создание позитивного контента.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. *Пономарёва, Е. А.* Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560615
2. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 555 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20975-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559113

3.1.2. Дополнительная литература

1. *Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532697*
2. *Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. —*

475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537250

3. *Введение в рекламу и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 248 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068 (дата обращения: 24.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4771-0. – DOI 10.23681/718068. – Текст : электронный. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=75058528*

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Теоретические основы социологии брендинга**	Реферат	1. Эволюция брендов: от товарных знаков к социальным символам. 2. Бренд как коммуникационный феномен: теоретические подходы. 3. Функции брендов в современном обществе: идентификация, дифференциация, создание ценности. 4. Бренды как инструмент социальной стратификации. 5. Роль брендов в формировании культурной идентичности. 6. Символический интеракционизм и его применение в изучении брендинга. 7. Теория социального конструирования реальности и её значение для брендинга. 8. Бренды как символические ресурсы: концепция Пьера Бурдье. 9. Теория потребительской культуры и её влияние на брендинг. 10. Бренды и глобализация: взаимодействие локального и глобального. 11. Социологические методы исследования брендов: качественные и количественные подходы. 12. Анализ брендов через призму социальных медиа. 13. Бренды и социальные нормы: как бренды формируют поведение потребителей.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			14. Бренды как часть социальной мифологии. 15. История брендинга: от древних времён до современности. 16. Бренды и социальные ценности: этика и устойчивое развитие. 17. Влияние брендов на формирование общественного мнения. 18. Бренды как агенты культурных изменений. 19. Социологические подходы к изучению лояльности к брендам. 20. Бренды и социальное неравенство: анализ взаимосвязи. 21. Роль брендов в формировании потребительской культуры. 22. Бренды и цифровая трансформация: новые вызовы и возможности. 23. Социологические аспекты восприятия брендов в разных культурах. 24. Бренды и социальная ответственность: теория и практика. 25. Бренды как инструмент формирования групповой идентичности. 26. Влияние брендов на индивидуальную идентичность потребителей. 27. Бренды и социальные медиа: новые формы взаимодействия. 28. Бренды и мода: социологический анализ взаимосвязи. 29. Бренды и экологическая ответственность: тренды и перспективы. 30. Бренды и социальные движения: как бренды реагируют на изменения в обществе.
2.	**Раздел 2. Социокультурные аспекты брендинга**	Контрольная работа	1. Влияние культуры на формирование брендов. 2. Роль национальных традиций в создании брендов. 3. Глобальные бренды и их адаптация к локальным рынкам. 4. Социальные тренды и их отражение в брендинге. 5. Бренды как проводники культурных ценностей.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			6. Экологичность как ключевой тренд в современном брендинге. 7. Инклюзивность в брендинге: теория и практика. 8. Цифровизация и её влияние на бренды. 9. Бренды и социальная ответственность: примеры успешных кейсов. 10. Бренды как инструмент формирования социальной идентичности. 11. Влияние брендов на культурные изменения в обществе. 12. Бренды и социальная стратификация: взаимосвязь и последствия. 13. Роль брендов в формировании общественных норм. 14. Бренды и мода: социокультурный анализ. 15. Бренды как часть массовой культуры. 16. Влияние брендов на потребительские привычки. 17. Бренды и гендерные стереотипы: анализ современных трендов. 18. Бренды и молодёжная культура: особенности взаимодействия. 19. Бренды и социальные медиа: новые формы культурного влияния. 20. Бренды и этнические особенности: кросс-культурный анализ. 21. Бренды и религия: взаимодействие и влияние. 22. Бренды и социальные движения: как бренды реагируют на изменения. 23. Бренды и искусство: взаимовлияние и сотрудничество. 24. Бренды и спорт: социокультурный аспект. 25. Бренды и образование: формирование ценностей через брендинг. 26. Бренды и политика: влияние на общественное мнение. 27. Бренды и социальные сети: новые формы коммуникации. 28. Бренды и экологические инициативы: анализ современных практик. 29. Бренды и социальное неравенство: вызовы и решения. 30. Бренды и культурное наследие: сохранение и продвижение.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
	Раздел 3. Потребительское поведение и восприятие брендов		1. Основные методы исследования потребительского поведения. 2. Социологические подходы к сегментации аудитории. 3. Влияние социальных медиа на потребительское поведение. 4. Роль больших данных в изучении потребительских предпочтений. 5. Социальные факторы, влияющие на восприятие брендов. 6. Психологические аспекты восприятия брендов. 7. Экономические факторы, определяющие выбор брендов. 8. Влияние референтных групп на потребительское поведение. 9. Мода как фактор формирования потребительских предпочтений. 10. Роль социального статуса в выборе брендов. 11. Когнитивные процессы в восприятии брендов. 12. Эмоциональные триггеры в брендинге: страх, радость, ностальгия. 13. Влияние брендов на формирование потребительской лояльности. 14. Социальное влияние и виральность в брендинге. 15. Бренды и потребительская культура: взаимосвязь и влияние. 16. Роль брендов в формировании потребительских привычек. 17. Влияние экономических кризисов на восприятие брендов. 18. Бренды и поколенческие различия: анализ потребительского поведения. 19. Бренды и цифровая трансформация: новые вызовы для потребителей. 20. Бренды и социальные нормы: как они влияют на выбор потребителей. 21. Бренды и культурные ценности: анализ восприятия. 22. Бренды и экологические тренды: влияние на потребительское поведение. 23. Бренды и здоровый образ жизни: формирование новых предпочтений. 24. Бренды и технологии: влияние на потребительские ожидания.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			25. Бренды и социальная ответственность: восприятие потребителей. 26. Бренды и гендерные различия в потребительском поведении. 27. Бренды и возрастные особенности восприятия. 28. Бренды и социальные сети: влияние на потребительский выбор. 29. Бренды и виртуальная реальность: новые формы взаимодействия. 30. Бренды и устойчивое развитие: восприятие потребителей.
	Раздел 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе		1. Основные этапы разработки бренд-стратегии. 2. Анализ целевой аудитории в брендинге. 3. Позиционирование бренда: ключевые принципы и методы. 4. Уникальное торговое предложение (УТП) в брендинге. 5. Учёт социокультурных особенностей при создании брендов. 6. Адаптация брендов к локальным рынкам: стратегии и примеры. 7. Кросс-культурные различия в брендинге. 8. Управление репутацией бренда: основные подходы. 9. Кризисное управление брендом: стратегии и кейсы. 10. Роль цифровых технологий в управлении имиджем бренда. 11. Мониторинг социальных медиа в бренд-менеджменте. 12. Работа с инфлюенсерами в управлении брендом. 13. Создание позитивного контента для продвижения бренда. 14. Бренды и социальные изменения: стратегии адаптации. 15. Бренды и устойчивое развитие: интеграция в стратегию. 16. Бренды и экологические инициативы: управление и продвижение. 17. Бренды и социальная ответственность: стратегии реализации. 18. Бренды и цифровая трансформация: новые подходы к управлению. 19. Бренды и большие данные: использование в стратегическом планиро-

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			вании. 20. Бренды и искусственный интеллект: возможности и риски. 21. Бренды и виртуальная реальность: новые формы взаимодействия. 22. Бренды и поколенческие различия: стратегии управления. 23. Бренды и гендерные особенности: подходы к позиционированию. 24. Бренды и культурные ценности: интеграция в стратегию. 25. Бренды и социальные медиа: управление коммуникациями. 26. Бренды и кризисные ситуации: стратегии восстановления доверия. 27. Бренды и глобализация: управление на международных рынках. 28. Бренды и локальные рынки: стратегии адаптации. 29. Бренды и инновации: управление в условиях изменений. 30. Бренды и будущее: прогнозы и стратегические тренды.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 3)
Заочная форма обучения (Курс 2, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной и письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	*1-30*
Всего		30

Тестовые задания
Код контролируемой компетенции: ОПК-4

1. **Что такое бренд в социологическом понимании?**
   a) Товарный знак;
   b) Социальный символ, отражающий ценности и идентичность;
   c) Рекламный слоган;
   d) Логотип компании.

Ответ: _____

2. **Какая теория объясняет бренды как символические ресурсы?**
   a) Теория Зигмунда Фрейда;
   b) Теория Пьера Бурдье;
   c) Теория Абрахама Маслоу;
   d) Теория Джона Уотсона.

Ответ: _____

3. **Что такое "бренд-идентичность"?**
   a) Логотип бренда;
   b) Набор атрибутов, которые бренд стремится ассоциировать с собой;
   c) Цена товара;
   d) Рекламная кампания.

Ответ: _____

4. **Какой метод исследования используется для анализа восприятия брендов?**
   a) Эксперимент;
   b) Фокус-группы;
   c) Наблюдение;
   d) Анализ финансовой отчётности.

Ответ: _____

5. **Что такое "социальная ответственность бренда"?**
   a) Увеличение прибыли;
   b) Вклад бренда в решение социальных и экологических проблем;
   c) Реклама товаров;
   d) Создание новых продуктов.

Ответ: _____

6. **Какой фактор влияет на восприятие бренда?**
   a) Цвет упаковки;
   b) Социальный статус потребителя;
   c) Размер компании;
   d) Количество сотрудников.

Ответ: _____

7. **Что такое "виральность" в брендинге?**
   a) Быстрое распространение информации о бренде через социальные сети; +
   b) Реклама на телевидении;
   c) Прямые продажи;
   d) Лояльность клиентов.

8. **Какой подход используется для изучения потребительского поведения?**
   a) Анализ больших данных;
   b) Изучение финансовых отчётов;
   c) Наблюдение за конкурентами;
   d) Проведение интервью с сотрудниками.

Ответ: _____

9. **Что такое "кросс-культурный брендинг"?**
   a) Адаптация бренда к разным культурным контекстам;
   b) Создание универсального бренда;
   c) Использование одного языка в рекламе;
   d) Игнорирование культурных различий.

Ответ: _____

10. **Какой этап является ключевым в разработке бренд-стратегии?**
    a) Анализ целевой аудитории;
    b) Создание логотипа;

c) Написание рекламного текста;
d) Проведение фотосессии.

Ответ: _____

11. Что такое "уникальное торговое предложение" (УТП)?

a) Преимущество, которое отличает бренд от конкурентов;
b) Цена товара;
c) Количество товаров на складе;
d) Рекламный бюджет.

Ответ: _____

12. Какой фактор влияет на лояльность к бренду?

a) Качество продукта;
b) Размер компании;
c) Количество сотрудников;
d) Наличие офиса в центре города.

Ответ: _____

13. Что такое "нейромаркетинг"?

a) Изучение реакции мозга на маркетинговые стимулы;
b) Реклама в социальных сетях;
c) Прямые продажи;
d) Анализ конкурентов.

Ответ: _____

14. Какой метод используется для анализа больших данных в брендинге?

a) Машинное обучение;
b) Наблюдение;
c) Интервью;
d) Фокус-группы.

Ответ: _____

15. Что такое "сторителлинг" в брендинге?

a) Использование историй для эмоционального вовлечения аудитории;
b) Прямые продажи;
c) Анализ конкурентов;
d) Создание логотипа.

Ответ: _____

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

Часть 2: Практические задания (16-25)

16. **Назовите три социальных тренда, которые влияют на современный брендинг.**
Ответ: _____ .

17. **Какие методы можно использовать для исследования восприятия бренда?**
Ответ: _____

18. **Приведите пример бренда, успешно адаптировавшегося к локальному рынку.**
Ответ: _____

19. **Назовите три фактора, влияющих на лояльность потребителей к бренду.**
Ответ: _____ .

20. Как бренды могут использовать социальные медиа для продвижения?
Ответ: _____

21. Приведите пример бренда, который активно использует экологические инициативы.
Ответ: _____

22. **Какие стратегии можно использовать для управления репутацией бренда?**
Ответ: _____

23. **Назовите три этапа разработки бренд-стратегии.**
Ответ: _____

24. Как бренды могут учитывать культурные особенности при продвижении?
Ответ: _____

25. **Приведите пример бренда, который успешно использует сторителлинг.**
Ответ: _____

Часть 3: Аналитические вопросы (26-30)

26. **Проанализируйте, как бренд может использовать социальные изменения для укрепления своей позиции на рынке.**
Ответ: _____

27. Опишите, как бренд может восстановить доверие после кризиса.
Ответ: _____

28. **Проанализируйте, как бренды используют социальные медиа для создания вирального контента.**
Ответ: _____ .

29. **Опишите, как бренд может адаптироваться к кросс-культурным различиям.**
Ответ: _____

30. **Проанализируйте, как бренды используют большие данные для улучшения стратегий.**
Ответ: _____

31. .

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения,

усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.
Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы социологии брендинга

Тема 1.1. Бренд как социальный феномен: история, понятие, функции.

Перечень изучаемых элементов содержания:

История возникновения и эволюция брендов: от товарных знаков к социальным символам; основные этапы развития брендинга как практики и науки. Понятие бренда в социологии: бренд как коммуникационный, культурный и экономический феномен; функции брендов в обществе (идентификация, дифференциация, создание ценности). Роль брендов в формировании социальных норм, ценностей и идентичностей; бренды как инструмент социальной стратификации и культурной интеграции.

Текст лекции.

Бренды являются неотъемлемой частью современного общества, играя важную роль в экономике, культуре и социальной жизни. История брендов начинается с древних времён, когда ремесленники и торговцы использовали клейма или знаки для обозначения своих товаров. Эти ранние формы брендинга служили гарантией качества и помогали выделить продукт среди конкурентов. Однако с развитием промышленности и массового производства бренды превратились в сложные социальные символы, которые не только идентифицируют товары, но и формируют ценности, нормы и идентичности потребителей.

В социологии бренд рассматривается как многогранный феномен. С одной стороны, это коммуникационный инструмент, который передаёт информацию о продукте, его качествах и преимуществах. С другой стороны, бренд выступает как культурный феномен, отражающий ценности, традиции и нормы общества. Например, такие бренды, как Coca-Cola или Apple, стали

символами не только своих продуктов, но и определённого образа жизни. Кроме того, бренд является экономическим феноменом, создающим добавленную стоимость и формирующим рыночную конкуренцию.

Функции брендов в обществе разнообразны. Во-первых, бренды выполняют функцию идентификации, помогая потребителям отличать один продукт от другого. Во-вторых, они обеспечивают дифференциацию, подчёркивая уникальные характеристики товара или услуги. В-третьих, бренды создают ценность, формируя эмоциональную связь с потребителями и повышая их лояльность. Например, бренд Nike ассоциируется не только с качественной спортивной одеждой, но и с идеей преодоления себя, что привлекает миллионы поклонников по всему миру.

Роль брендов в формировании социальных норм и ценностей невозможно переоценить. Бренды активно участвуют в создании культурных стандартов, влияя на моду, стиль жизни и даже мировоззрение людей. Например, бренды luxury-сегмента, такие как Louis Vuitton или Chanel, задают тренды в моде и формируют представления о престиже и статусе. Кроме того, бренды становятся инструментом социальной стратификации, разделяя общество на группы в зависимости от их потребительских предпочтений. Например, владение iPhone может восприниматься как признак принадлежности к определённому социальному слою.

В то же время бренды способствуют культурной интеграции, объединяя людей вокруг общих ценностей и идей. Например, бренды, поддерживающие экологические инициативы, такие как Patagonia, объединяют потребителей, разделяющих идеи устойчивого развития. Таким образом, бренды становятся не только экономическими, но и социальными агентами, формирующими общественное сознание и поведение.

В заключение можно сказать, что бренды — это не просто товарные знаки, а сложные социальные феномены, которые играют ключевую роль в современном обществе. Они формируют идентичность, создают ценности и влияют на культурные нормы, становясь важным элементом социальной жизни. Понимание этих аспектов позволяет глубже изучить роль брендов в обществе и разрабатывать эффективные стратегии брендинга.

Тема 1.2. Основные социологические теории и подходы к изучению брендинга.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Классические социологические теории, применимые к изучению брендинга: теория символического интеракционизма (Дж. Г. Мид), теория социального конструирования реальности (П. Бергер, Т. Лукман). Современные подходы: теория потребительской культуры (Д. Слэйтер), концепция брендов как символических ресурсов (П. Бурдье). Методы социологического исследования брендов: качественные (интервью, фокус-группы) и количественные (опросы, контент-анализ); анализ брендов через призму социальных медиа и цифровых платформ.

Текст лекции.

Брендинг представляет собой не только экономическое, но и социальное явление, поскольку бренды формируются в контексте общественных взаимодействий, норм и значений. Социология позволяет глубже понять процессы их восприятия, конструирования и влияния на повседневную жизнь людей. Классические социологические теории предоставляют ценные инструменты для анализа брендинга как феномена, связанного с идентичностью, символами и социальными структурами.

Одним из ключевых подходов является теория символического интеракционизма, предложенная Джорджем Гербертом Мидом. Согласно этому подходу, социальная реальность формируется через взаимодействие людей, которые придают объектам символические значения. В

контексте брендинга это означает, что бренд – не просто товарный знак, а символ, существующий в коллективном сознании потребителей. Значение бренда формируется в процессе коммуникации, включая маркетинговые кампании, отзывы потребителей и культурные нарративы.

Еще одной важной теоретической основой является концепция социального конструирования реальности Питера Бергера и Томаса Лукмана. Они утверждали, что реальность не является объективно данной, а создается в ходе социальных взаимодействий. Бренды, таким образом, конструируются не только компаниями, но и потребителями, которые наделяют их определенными смыслами в зависимости от личного опыта, социальной группы и культурного контекста. Этот подход особенно актуален в эпоху цифровых технологий, когда бренды активно взаимодействуют с пользователями через социальные сети и другие онлайн-платформы.

Современные социологические подходы предлагают еще более детализированное понимание брендинга. Теория потребительской культуры Дона Слэйтера рассматривает потребление как центральный аспект современной социальной жизни. Согласно этой концепции, бренды становятся инструментами социальной идентификации, а покупка товаров – формой самовыражения. Потребители используют бренды для демонстрации своего статуса, ценностей и культурных предпочтений, что делает брендинг важным элементом социальной динамики.

Французский социолог Пьер Бурдье развил концепцию брендов как символических ресурсов. В его теории культурного капитала бренд может служить инструментом социальной дифференциации, позволяя определенным группам демонстрировать принадлежность к элите или, напротив, выражать альтернативные культурные коды. Это объясняет, почему одни бренды приобретают статус «премиальных», а другие ассоциируются с массовым или молодежным потреблением.

Методы социологического исследования брендов включают как качественные, так и количественные подходы. Качественные методы, такие как глубинные интервью и фокус-группы, позволяют понять, какие эмоции и смыслы люди приписывают брендам, как они взаимодействуют с ними и включают их в свою повседневную жизнь. Количественные методы, например опросы и контент-анализ, помогают выявить закономерности в восприятии брендов на массовом уровне, определить ключевые тренды и измерить степень влияния брендинговых стратегий.

В последние годы значительное внимание уделяется анализу брендов через призму социальных медиа и цифровых платформ. Интернет-пространство создает новые формы взаимодействия между брендами и потребителями: люди не просто пассивно воспринимают рекламу, но активно участвуют в формировании имиджа бренда, обсуждая его в комментариях, создавая пользовательский контент и влияя на репутацию компаний. Это требует от исследователей новых методологических подходов, включая анализ больших данных и изучение цифровых дискурсов.

Таким образом, социология предоставляет многообразные теоретические и методологические инструменты для изучения брендинга. Классические концепции помогают понять механизмы конструирования брендов в обществе, а современные подходы раскрывают их роль в формировании идентичности, культурных различий и потребительских практик.

РАЗДЕЛ 2. Социокультурные аспекты брендинга

Тема 2.1. Влияние культуры и общества на формирование брендов.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Культурные коды и их роль в создании брендов; влияние национальных, региональных и глобальных культур на брендинг. Социальные тренды и их отражение в брендах: экологичность, инклюзивность, цифровизация. Бренды как агенты культурных изменений: примеры успешной интеграции брендов в культурный контекст; кейсы неудач и их анализ.

Текст лекции.

Бренды не существуют в вакууме – они формируются и развиваются в рамках определенной социокультурной среды. Культура определяет не только визуальные и вербальные элементы брендов, но и их ценности, позиционирование и способы взаимодействия с аудиторией. Национальные, региональные и глобальные культурные особенности оказывают значительное влияние на восприятие брендов, а социальные тренды могут как способствовать их успеху, так и приводить к репутационным кризисам.

Культурные коды играют ключевую роль в создании брендов. Они представляют собой устойчивые символы, образы и смыслы, которые воспринимаются обществом как часть коллективной идентичности. Успешные бренды интегрируют в свою коммуникацию знакомые культурные коды, что делает их ближе и понятнее целевой аудитории. Например, национальные бренды часто используют традиционные мотивы, язык и образы, подчеркивая свою аутентичность. В то же время, международные компании адаптируют свои маркетинговые стратегии под культурные особенности разных регионов, чтобы избежать недопонимания и неприятия со стороны местного населения.

Национальная культура определяет отношение общества к брендам и потребительскому поведению. В странах с коллективистскими ценностями, таких как Япония или Китай, успешные бренды подчеркивают значимость сообщества, семейных связей и гармонии. В индивидуалистических обществах, например в США или Германии, акцент делается на уникальность, самовыражение и личный успех. Региональные особенности также играют важную роль: даже внутри одной страны могут существовать разные культурные предпочтения, влияющие на восприятие брендов. Глобализация привела к формированию транснациональных брендов, но даже они вынуждены учитывать культурные различия, чтобы оставаться релевантными в различных частях мира.

Современные социальные тренды находят отражение в брендинге, заставляя компании адаптироваться к изменяющимся ожиданиям аудитории. Экологичность стала важнейшим фактором, определяющим успех брендов: потребители ожидают от компаний прозрачности в отношении производства, использования экологичных материалов и минимизации углеродного следа. Инклюзивность также является ключевым трендом – бренды стремятся демонстрировать поддержку разнообразия, учитывать интересы разных социальных групп и избегать дискриминационных нарративов. Еще одним важным направлением является цифровизация: бренды активно используют социальные сети, искусственный интеллект и новые технологии для взаимодействия с аудиторией, что меняет традиционные способы коммуникации и маркетинга.

Бренды не только отражают существующую культуру, но и могут становиться агентами культурных изменений. Они задают тренды, формируют новые нормы потребления и способствуют распространению определенных ценностей. Например, устойчивый успех таких брендов, как Patagonia или Tesla, продвигающих идеи экологичности и осознанного потребления, способствует росту общественного внимания к этим вопросам. С другой стороны, бренды могут столкнуться с критикой, если их попытки встроиться в культурный контекст выглядят неискренними или не соответствуют реальным ценностям компании. Известны случаи, когда неудачные рекламные кампании, использующие чувствительные темы, вызывали общественное возмущение и наносили ущерб репутации бренда.

Таким образом, культура и общество оказывают значительное влияние на брендинг, определяя его визуальный стиль, ценностное наполнение и стратегию взаимодействия с потребителями. Успешные бренды умеют чувствовать культурные тренды, адаптироваться к изменениям и сохранять баланс между глобальным и локальным подходом, создавая значимые и устойчивые образы в сознании аудитории.

Тема 2.2. Бренды как инструмент формирования идентичности и социальных ценностей.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Бренды и идентичность: как бренды формируют индивидуальную и групповую идентичность; понятие "бренд-идентичность". Социальные ценности в брендинге: этика, устойчивое развитие, социальная ответственность; бренды как проводники ценностей. Влияние брендов на социальные нормы и поведение: от моды до образа жизни; бренды как часть социальной мифологии.

Текст лекции.

Современные бренды играют не только экономическую, но и важную социальную роль, влияя на формирование идентичности людей и трансляцию ценностей. Они становятся инструментами самовыражения, с их помощью люди подчеркивают свою принадлежность к определенной группе, демонстрируют взгляды и стиль жизни. Кроме того, бренды активно участвуют в формировании социальных норм, пропагандируя идеи устойчивого развития, этики и ответственности.

Бренды оказывают значительное влияние на индивидуальную и групповую идентичность. В современном обществе потребление уже давно вышло за рамки утилитарной необходимости: выбор бренда может символизировать социальный статус, культурные предпочтения и даже личные убеждения. Например, покупка одежды определенной марки может сигнализировать о принадлежности к субкультуре, а выбор техники или автомобиля — о взглядах на инновации и экологичность. Концепция «бренд-идентичности» отражает стратегию компании по созданию уникального имиджа, который потребители могут ассоциировать с собой. Чем четче бренд формирует свою идентичность, тем сильнее он влияет на идентификацию аудитории.

Помимо индивидуального самовыражения, бренды являются проводниками социальных ценностей. В последние десятилетия наблюдается рост значимости этики, устойчивого развития и социальной ответственности в брендинге. Компании стремятся соответствовать общественным ожиданиям, поддерживая экологические инициативы, выступая за равенство и инклюзивность, продвигая принципы ответственного потребления. Такие бренды, как Ben & Jerry’s или The Body Shop, строят свою репутацию именно на приверженности этическим стандартам. Это не только усиливает лояльность потребителей, но и способствует изменениям в обществе, делая ответственный бизнес новой нормой.

Влияние брендов распространяется и на социальные нормы, моду, стиль жизни. Они формируют тренды, задают ориентиры потребления и даже меняют поведение людей. Например, спортивные бренды способствуют популяризации здорового образа жизни, а индустрия моды влияет на восприятие красоты и самоидентификацию. Бренды также становятся частью социальной мифологии — они создают истории, вокруг которых формируются культурные нарративы. Такие компании, как Apple, Nike или Tesla, выходят за пределы обычного бизнеса и становятся символами целых идеологий: инновационности, преодоления границ, экологической осознанности.

Таким образом, бренды оказывают мощное влияние на общество, формируя идентичность людей, задавая ценностные ориентиры и участвуя в изменении социальных норм. Они

становятся не просто товарами или услугами, а важной частью культурного и социального пространства, способной формировать будущее общественных отношений и моделей поведения.

РАЗДЕЛ 3. Потребительское поведение и восприятие брендов

Тема 3.1. Социологические методы исследования потребительского поведения.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Основные методы изучения потребительского поведения: опросы, наблюдение, эксперименты, анализ больших данных. Социологические подходы к сегментации аудитории: демографические, психографические, поведенческие критерии. Роль социальных медиа в исследовании потребительского поведения: анализ пользовательского контента, виральность, вовлеченность.

Текст лекции.

Понимание потребительского поведения является ключевым фактором успешного брендинга. Компании стремятся изучить мотивы, предпочтения и паттерны выбора своей аудитории, чтобы адаптировать стратегии маркетинга, коммуникации и позиционирования. Социология предлагает широкий спектр методов для исследования потребителей, позволяя выявить не только рациональные, но и эмоциональные факторы, влияющие на принятие решений.

Одним из наиболее распространенных методов изучения потребительского поведения являются опросы. Они позволяют собрать структурированную информацию о предпочтениях аудитории, уровне удовлетворенности брендом, влиянии рекламы и других факторов. Опросы могут быть количественными, когда используются закрытые вопросы и статистическая обработка данных, или качественными, предполагающими развернутые ответы респондентов, дающие глубинное понимание мотивации потребителей.

Метод наблюдения применяется в ситуациях, когда важно изучить реальное поведение потребителей в естественной среде. Например, в ритейле исследователи могут анализировать, как покупатели взаимодействуют с продуктами на полках магазинов, какие товары выбирают в первую очередь и какие факторы влияют на их решения. Онлайн-наблюдение позволяет отслеживать, как пользователи ведут себя на веб-сайтах брендов, какие разделы посещают и какие товары добавляют в корзину.

Эксперименты дают возможность проверить, как различные факторы влияют на потребительский выбор. Например, можно протестировать влияние изменения цены, упаковки или рекламного сообщения на покупательские решения. В цифровой среде популярны A/B-тесты, когда разные версии сайта, приложения или рекламного креатива тестируются на двух группах пользователей, а затем сравниваются показатели вовлеченности и конверсии.

Анализ больших данных (Big Data) становится все более важным инструментом в изучении потребительского поведения. Благодаря развитию технологий компании могут обрабатывать массивы информации, собранной из онлайн-источников, карт лояльности, транзакционных данных и других цифровых следов, оставляемых потребителями. Это позволяет строить персонализированные стратегии взаимодействия, прогнозировать спрос и выявлять скрытые закономерности в поведении клиентов.

Важную роль в исследовании аудитории играет сегментация – процесс деления потребителей на группы по различным критериям. Социология предлагает несколько подходов к сегментации. Демографическая сегментация основывается на таких характеристиках, как возраст, пол, доход, образование, семейное положение. Психографическая сегментация учитывает лич-

ностные характеристики, ценности, стиль жизни, мотивацию. Поведенческая сегментация анализирует паттерны потребления: частоту покупок, уровень лояльности к бренду, реакцию на акции и рекламу.

В современном мире невозможно изучать потребительское поведение без учета социальных медиа. Они стали не только платформой для коммуникации брендов с аудиторией, но и важнейшим источником информации о потребителях. Анализ пользовательского контента позволяет выявить, какие темы волнуют аудиторию, какие эмоции вызывает бренд, как пользователи взаимодействуют с его продукцией. Особое значение имеет изучение виральности – способности контента быстро распространяться в сети. Компании анализируют, какие посты, видео или мемы становятся популярными, чтобы использовать успешные форматы в своей коммуникации.

Вовлеченность аудитории – еще один важный показатель, исследуемый через социальные медиа. Чем активнее пользователи взаимодействуют с брендом, оставляют комментарии, делятся контентом и участвуют в обсуждениях, тем выше их лояльность. Метрики вовлеченности позволяют оценить, насколько эффективно бренд строит коммуникацию с аудиторией и какие стратегии следует развивать.

Таким образом, социологические методы исследования потребительского поведения позволяют глубже понять мотивы, ожидания и предпочтения аудитории. В сочетании с новыми цифровыми технологиями они дают компаниям возможность более точно настраивать маркетинговые стратегии, создавать персонализированные предложения и выстраивать долгосрочные отношения с потребителями.

Тема 3.2. Факторы, влияющие на восприятие брендов: социальные, психологические, экономические.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Социальные факторы: влияние референтных групп, моды, социального статуса на восприятие брендов. Психологические факторы: когнитивные процессы (восприятие, память), эмоциональные триггеры (доверие, ностальгия). Экономические факторы: цена как индикатор качества, восприятие ценности бренда; влияние экономических кризисов на лояльность к брендам.

Текст лекции.

Восприятие брендов – это сложный процесс, формируемый под воздействием множества факторов. Каждый человек оценивает бренд не только с точки зрения его функциональности, но и через призму социальных норм, личных предпочтений и экономических обстоятельств. Различные аспекты взаимодействия потребителя с брендом, начиная от первого знакомства и заканчивая формированием лояльности, обусловлены совокупностью социальных, психологических и экономических факторов.

Социальные факторы играют ключевую роль в формировании имиджа бренда. Люди склонны ориентироваться на мнение окружающих, что делает референтные группы – друзей, семью, коллег, лидеров мнений – важными агентами влияния. Если в определенной социальной группе бренд считается престижным или, наоборот, устаревшим, это значительно влияет на поведение потребителей. Мода также оказывает сильное воздействие: тренды, создаваемые медиа, знаменитостями и цифровыми платформами, определяют, какие бренды воспринимаются как актуальные. Социальный статус человека также влияет на его выбор: премиальные бренды ассоциируются с высоким положением в обществе, тогда как массовые марки подчеркивают доступность и прагматичность.

Психологические факторы связаны с тем, как человек воспринимает, запоминает и эмоционально реагирует на бренд. Когнитивные процессы включают в себя внимание, восприятие, память. Например, визуальные и звуковые элементы брендинга (логотип, слоган, упаковка) должны быть легко узнаваемыми, чтобы закрепляться в памяти потребителя. Эмоциональные триггеры, такие как доверие, ностальгия или чувство принадлежности, также формируют привязанность к бренду. Многие компании используют эмоциональный маркетинг, создавая рекламные кампании, которые вызывают сильные переживания. Ностальгия – мощный инструмент воздействия, который заставляет людей ассоциировать бренд с приятными воспоминаниями из прошлого.

Экономические факторы определяют, насколько потребитель воспринимает бренд как ценностное вложение. Цена – один из главных индикаторов качества: более дорогие товары часто воспринимаются как более надежные и статусные. Однако важно учитывать эффект соотношения цены и ценности (value for money): потребители склонны оценивать, насколько продукт соответствует их ожиданиям в рамках его стоимости. В периоды экономических кризисов потребители становятся более рациональными в выборе брендов, отдавая предпочтение либо бюджетным альтернативам, либо проверенным маркам, к которым у них уже сформирована лояльность.

Взаимодействие этих факторов делает процесс восприятия брендов динамичным. Социальные тренды, психологические механизмы и экономическая ситуация формируют потребительское поведение, заставляя бренды адаптироваться, менять стратегии коммуникации и предлагать новые способы взаимодействия с аудиторией.

РАЗДЕЛ 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе

Тема 4.1. Разработка бренд-стратегий с учетом социокультурных особенностей.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Этапы разработки бренд-стратегии: анализ целевой аудитории, позиционирование, создание уникального торгового предложения (УТП). Учет социокультурных особенностей: адаптация брендов к локальным рынкам, кросс-культурные различия. Примеры успешных и неудачных бренд-стратегий: анализ кейсов.

Текст лекции

Разработка эффективной бренд-стратегии требует глубокого понимания не только особенностей продукта, но и социальной и культурной среды, в которой бренд будет существовать. Современный рынок становится все более глобализированным, но при этом сохраняет локальную специфику, что делает учет социокультурных факторов важнейшим элементом успешного бренд-менеджмента. Компании, создающие стратегию без внимания к культурным и социальным нюансам, рискуют потерять доверие аудитории или вовсе столкнуться с репутационными кризисами.

Процесс разработки бренд-стратегии включает несколько ключевых этапов. Первый шаг – анализ целевой аудитории, который помогает определить ценности, привычки и ожидания потенциальных потребителей. Для этого используются как количественные, так и качественные методы исследования: опросы, анализ данных о поведении пользователей, фокус-группы. Глубокое понимание аудитории позволяет не только определить, кому адресован бренд, но и выявить, какие символы, образы и коммуникационные стратегии будут наиболее эффективными.

Следующий этап – позиционирование бренда, то есть формирование четкого имиджа в сознании потребителей. Здесь важно определить, чем бренд отличается от конкурентов и какую роль он играет в жизни аудитории. Уникальное торговое предложение (УТП) становится основой позиционирования, поскольку оно подчеркивает ключевые преимущества продукта или услуги. Однако успешное УТП должно не просто выделять бренд, но и быть релевантным в контексте социокультурной среды. Например, в одних странах ценится инновационность и технологичность (как в Японии или Южной Корее), в других – традиции и стабильность (как в Германии или Великобритании).

Социокультурные особенности оказывают огромное влияние на восприятие брендов. Локальная адаптация – это не просто перевод слоганов или смена упаковки, а полноценное переосмысление ценностей бренда в рамках конкретной культуры. Например, McDonald's адаптирует меню под национальные предпочтения, предлагая в Индии блюда без говядины, а в Японии – бургеры с креветками. Такие изменения позволяют бренду органично вписываться в местный рынок. Важно учитывать кросс-культурные различия не только в продуктах, но и в маркетинговых коммуникациях. Жесты, символы, цветовая гамма и даже стиль общения могут иметь разные значения в разных странах, что требует детальной проработки рекламных кампаний.

История брендинга знает множество примеров как успешных, так и неудачных стратегий. Успешные кейсы включают компании, которые сумели встроиться в локальный контекст, не теряя своей глобальной идентичности. Например, Coca-Cola в своих кампаниях использует универсальные ценности дружбы, счастья и семейного уюта, что делает бренд приемлемым для широкой аудитории. В то же время неудачные примеры демонстрируют, насколько опасно игнорировать культурные особенности. Один из известных случаев – провал автомобиля Chevrolet Nova в Латинской Америке, поскольку «No va» на испанском означает «не едет». Этот пример показывает, насколько важен лингвистический и культурный анализ перед выходом на международный рынок.

Таким образом, разработка бренд-стратегии с учетом социокультурных факторов является залогом успешного позиционирования и долгосрочного успеха компании. Глубокий анализ аудитории, адаптация под локальные особенности и чуткое отношение к культурным различиям помогают брендам выстраивать доверительные отношения с потребителями и завоевывать новые рынки.

Тема 4.2. Управление репутацией и имиджем бренда в условиях социальных изменений.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Репутация бренда как социальный капитал: факторы, влияющие на репутацию, методы её оценки. Кризисное управление брендом: стратегии работы с негативным общественным мнением, восстановление доверия. Роль цифровых технологий в управлении имиджем бренда: мониторинг социальных медиа, работа с инфлюенсерами, создание позитивного контента.

Текст лекции

Репутация бренда является важнейшим нематериальным активом, влияющим на его восприятие в обществе, уровень доверия аудитории и конкурентоспособность. В современном мире, где информация распространяется мгновенно, управление репутацией становится сложным и динамичным процессом. Любая ошибка или кризисная ситуация может привести к значительным репутационным потерям, требующим быстрого реагирования и стратегического подхода к восстановлению имиджа.

Репутация бренда формируется под воздействием множества факторов, включая качество продукции и услуг, уровень клиентского сервиса, ценности компании и ее социальную ответственность. Она является своеобразным социальным капиталом, который можно наращивать за счет прозрачности, честности и активного взаимодействия с аудиторией. Методы оценки репутации включают анализ потребительских отзывов, мониторинг упоминаний в СМИ и социальных сетях, а также специализированные исследования, например, индекс репутации брендов или Net Promoter Score (NPS), отражающий уровень лояльности клиентов.

Кризисное управление является неотъемлемой частью работы с репутацией, поскольку даже крупнейшие компании периодически сталкиваются с репутационными угрозами. К таким ситуациям относятся скандалы, негативные отзывы, ошибки в продуктах, этические нарушения или изменения в общественном мнении. Эффективные стратегии антикризисного управления включают оперативное признание проблемы, прозрачность коммуникации, конструктивный диалог с аудиторией и активные шаги по исправлению ситуации. Например, компания Johnson & Johnson сумела восстановить доверие после кризиса, связанного с отравлениями препаратом Tylenol, благодаря быстрой реакции, отзыву продукции и усилению контроля качества.

Социальные изменения, такие как рост цифровизации, изменение потребительских ценностей и усиление общественного контроля за корпоративной этикой, требуют от брендов постоянной адаптации. В этом контексте цифровые технологии играют ключевую роль в управлении имиджем. Мониторинг социальных медиа позволяет компаниям в реальном времени отслеживать общественное мнение и быстро реагировать на возникающие репутационные риски. Инструменты анализа больших данных помогают выявлять тенденции, прогнозировать потенциальные угрозы и корректировать коммуникационные стратегии.

Работа с инфлюенсерами стала одним из важнейших инструментов формирования позитивного имиджа. Лидеры мнений оказывают значительное влияние на потребителей, поскольку их рекомендации воспринимаются как более достоверные, чем традиционная реклама. Компании активно сотрудничают с блогерами, общественными деятелями и экспертами для продвижения своей продукции и укрепления репутации. Однако важно тщательно выбирать партнеров, поскольку репутация инфлюенсера напрямую влияет на восприятие бренда.

Создание позитивного контента также играет важную роль в управлении имиджем. Бренды используют storytelling, видеоматериалы, социальные инициативы и образовательный контент, чтобы подчеркнуть свои ценности и выстроить эмоциональную связь с аудиторией. Например, Nike успешно использует социальные кампании, поддерживающие равенство и инклюзивность, что укрепляет его репутацию как социально ответственного бренда.

Таким образом, управление репутацией бренда в условиях социальных изменений требует комплексного подхода, сочетающего мониторинг общественного мнения, эффективное антикризисное реагирование и использование цифровых технологий. Бренды, способные быстро адаптироваться к меняющимся условиям и активно работать с аудиторией, получают устойчивое конкурентное преимущество и сохраняют высокий уровень доверия.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Раздел 1. Теоретические основы социологии брендинга

Тема 1.1. Бренд как социальный феномен: история, понятие, функции

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Историческое развитие брендов: от клейм ремесленников до глобальных корпораций.
2. Социальные функции бренда: идентификация, дифференциация, символизм.
3. Влияние брендов на формирование потребительской культуры.
4. Бренд как инструмент манипуляции массовым сознанием.
5. Роль брендов в современной экономике: капитализация нематериальных активов.

Тема 1.2. Основные социологические теории и подходы к изучению брендинга

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Применение теории символического интеракционизма Дж. Г. Мида в анализе брендов.
2. Теория социального конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана в контексте брендинга.
3. Концепция потребительской культуры Д. Слэйтера и её значение для изучения брендов.
4. Бренды как символические ресурсы в теории П. Бурдье.
5. Современные методы социологического исследования брендов: сравнительный анализ качественных и количественных подходов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Раздел 2. Социокультурные аспекты брендинга

Тема 2.1. Влияние культуры и общества на формирование брендов

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Культурные коды в брендинге: как национальные особенности влияют на восприятие.
2. Глобализация vs. локализация: стратегии адаптации брендов к различным рынкам.
3. Социальные тренды и их отражение в брендах: экология, инклюзивность, цифровизация.
4. Анализ успешных кейсов интеграции брендов в культурный контекст.
5. Причины неудач брендов при выходе на новые культурные рынки: примеры и уроки.

Тема 2.2. Бренды как инструмент формирования идентичности и социальных ценностей

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Личный бренд vs. корпоративный бренд: сходства и различия в формировании идентичности.
2. Этика и социальная ответственность брендов: примеры эффективных стратегий.
3. Бренды и молодежные субкультуры: взаимодействие и влияние.
4. Бренды как часть социальной мифологии: формирование новых потребительских ритуалов.
5. Влияние брендов на гендерные и социальные стереотипы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Раздел 3. Потребительское поведение и восприятие брендов

Тема 3.1. Социологические методы исследования потребительского поведения

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Применение опросов и анкетирования в изучении потребительских предпочтений.
2. Методы наблюдения в исследовании взаимодействия потребителей с брендами.
3. Анализ больших данных (Big Data) в маркетинговых исследованиях.
4. Вирусный маркетинг и вовлеченность пользователей: как измерять влияние бренда?
5. Роль социальных сетей в изучении потребительского поведения: методы и инструменты.

Тема 3.2. Факторы, влияющие на восприятие брендов: социальные, психологические, экономические

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Влияние референтных групп и лидеров мнений на выбор бренда.
2. Психологические триггеры восприятия бренда: доверие, ностальгия, эмоциональная привязанность.
3. Экономические факторы формирования бренда: цена, качество, доступность.
4. Как кризисные явления в экономике изменяют лояльность к брендам?
5. Мода и тренды как механизмы социального регулирования потребления брендов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Раздел 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе

Тема 4.1. Разработка бренд-стратегий с учетом социокультурных особенностей

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Процесс создания бренд-стратегии: от анализа аудитории до формирования УТП.
2. Локальные и глобальные бренд-стратегии: примеры успешных решений.
3. Кросс-культурные различия и их влияние на маркетинговую коммуникацию.
4. Кейсы провалов брендов из-за неправильного позиционирования.
5. Роль эмоций в построении бренд-стратегии: как создать сильную эмоциональную связь с потребителем.

Тема 4.2. Управление репутацией и имиджем бренда в условиях социальных изменений

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Кризисные ситуации и репутационный менеджмент: разбор стратегий восстановления доверия.
2. Социальные сети как инструмент управления репутацией: механизмы мониторинга и реагирования.

3. Бренд в эпоху инфлюенсеров: плюсы и минусы сотрудничества с лидерами мнений.
4. Методы оценки репутации бренда: как измерить уровень доверия аудитории?
5. Фейки, слухи и репутационные войны: как бренды справляются с негативом в цифровую эпоху?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Теоретические основы социологии брендинга	Подготовка доклада
Раздел 2. Социокультурные аспекты брендинга	Подготовка доклада
Раздел 3. Потребительское поведение и восприятие брендов	Подготовка доклада
Раздел 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе	Подготовка доклада

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.
Перечень тем докладов:

1. Бренд как инструмент формирования общественного мнения.
2. Роль брендов в цифровой эпохе: от традиционного маркетинга к нейромаркетингу.
3. Психология цвета в брендинге: как оттенки влияют на восприятие.
4. Социальный капитал бренда: почему доверие потребителей важно.
5. Гендерные аспекты в брендинге: как компании используют гендерные стереотипы.
6. История рекламных слоганов: какие фразы стали частью массовой культуры.
7. Влияние религии на формирование брендов в различных обществах.
8. Мемы как часть бренд-коммуникации: эффективность и риски.
9. Лояльность к бренду: механизмы формирования приверженности потребителей.
10. Роль брендов в популяризации экопродуктов и устойчивого потребления.
11. Современные тенденции нейробрендинга: как изучение мозга помогает создавать успешные бренды.
12. Брендовые персонажи и маскоты: как они помогают в продвижении товаров.
13. Понятие «антибренд» и примеры его проявления.
14. Бренды и молодежные движения: как коммерция адаптируется под тренды поколений.
15. Язык бренда: роль слоганов, названий и терминов в маркетинге.
16. Бренды и искусство: коллаборации между компаниями и художниками.
17. Тайный маркетинг и его влияние на восприятие брендов.
18. Феномен «ностальгического брендинга» и его популярность.
19. Модные дома как носители социального статуса.

20. Культовые бренды: в чем их секрет?
21. Как бренды формируют новые культурные ценности?
22. Влияние пандемии COVID-19 на брендинг и рекламу.
23. Развитие luxury-брендов в разных странах.
24. Почему некоторые бренды становятся синонимами целых товарных категорий?
25. Национальная идентичность в брендинге: как бренды транслируют историю стран.
26. Роль случайностей в формировании успешных брендов.
27. Изменение восприятия логотипов крупных компаний со временем.
28. Политический брендинг: как создаются имиджи политиков.
29. Как бренды используют FOMO (страх упустить возможность) в рекламе?
30. Брендинг некоммерческих организаций: как завоевать доверие общества?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.
Перечень тем докладов:

1. Национальные особенности рекламы: сравнительный анализ стран.
2. Влияние кинематографа на популяризацию брендов.
3. Как социальные движения меняют стратегию брендов?
4. Примеры неудачных кросс-культурных адаптаций брендов.
5. Патриотический маркетинг: когда бренды используют национальные мотивы.
6. Бренды в эпоху Cancel Culture: примеры падений и возвышений.
7. Бренды и социальные инициативы: маркетинг или искренность?
8. Феминистский маркетинг: как бренды обращаются к женской аудитории.
9. Влияние музыкальной индустрии на формирование имиджа брендов.
10. Как бренды используют спорт для повышения узнаваемости?
11. Развитие fashion-брендов в контексте мировой культуры.
12. Мифы и легенды в брендинге: как компании создают истории.
13. Как бренды трансформируются под влиянием социальных норм?
14. Локализация контента: как бренды адаптируют рекламу для разных стран.
15. Этические дилеммы в рекламе и брендинге.
16. Знаменитости как амбассадоры брендов: влияние на аудиторию.
17. Как изменился визуальный стиль брендов за последние 50 лет?
18. Бренды и цифровая культура: влияние мемов и флешмобов.
19. Почему некоторые бренды сознательно отказываются от массового рынка?
20. Религиозные мотивы в брендинге: где граница допустимого?
21. Гендерно-нейтральный брендинг: тренд или необходимость?
22. Как формируется культурный код бренда?
23. Влияние ЗОЖ-культуры на брендинг продуктов питания.
24. Истории ребрендинга: успехи и провалы.
25. Геймификация в брендинге: игровые механики в маркетинге.
26. Как бренды используют искусственный интеллект в коммуникации?

27. Популяризация осознанного потребления через бренды.
28. Как крупные бренды адаптируют свои стратегии к разным поколениям?
29. Политическая корректность в брендинге: границы допустимого.
30. Как социальные сети формируют имидж брендов?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.
Перечень тем докладов:

1. Роль эмоций в принятии решений о покупке.
2. Как бренды используют запахи в маркетинге?
3. Роль упаковки в формировании лояльности.
4. Феномен «слепых тестов» в оценке брендов.
5. Что такое эффект ореола в восприятии брендов?
6. Как бренды используют storytelling для привлечения клиентов?
7. Влияние нейромаркетинга на восприятие рекламы.
8. Как потребители оправдывают дорогие покупки?
9. Как работает сарафанное радио в эпоху интернета?
10. Бренды в сознании детей: влияние рекламы на детскую аудиторию.
11. Мифы и реальность потребительской лояльности.
12. Как бренды формируют чувство эксклюзивности?
13. Влияние скидок на восприятие бренда.
14. Почему люди привязываются к определенным брендам?
15. Как кризисы меняют потребительские предпочтения?
16. Роль отзывов в выборе бренда.
17. Как формируется мода на определенные бренды?
18. Восприятие брендов через призму поколений X, Y, Z.
19. Роль блогеров в потребительском выборе.
20. Манипулятивные техники в рекламе.
21. Как бренды формируют покупательские привычки?
22. Почему limited edition вызывает ажиотаж?
23. Развитие кастомизированных брендов.
24. Как реклама влияет на память потребителей?
25. Влияние дизайна сайта на восприятие бренда.
26. Как бренды используют FOMO и дефицитность?
27. Почему люди готовы переплачивать за бренд?
28. Роль эмоций в digital-маркетинге.
29. Как бренды адаптируются под предпочтения миллениалов?
30. Как психология цвета влияет на брендинг?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.

Перечень тем докладов:

1. Принципы успешного нейминга бренда.
2. Почему бренды меняют логотипы?
3. Влияние ребрендинга на доверие клиентов.
4. Как запускать успешные рекламные кампании?
5. Роль кризисного PR в защите имиджа.
6. Как бренды управляют негативными отзывами?
7. Важность фирменного стиля в брендинге.
8. Как бренды адаптируются к технологическим трендам?
9. Успешные коллаборации брендов.
10. Феномен «массовой роскоши».
11. Стратегии ценового позиционирования.
12. Как бренды используют инфлюенсеров?
13. Влияние эмоционального интеллекта на управление брендом.
14. Как бренды работают с UGC (контент от пользователей)?
15. Какие бренды выживают в условиях кризиса?
16. Роль амбассадоров брендов в стратегическом позиционировании.
17. Принципы управления брендом в условиях высокой конкуренции.
18. Влияние социальных сетей на формирование бренда.
19. Как эффективно использовать пользовательские отзывы для улучшения имиджа бренда?
20. Тренды в бренд-менеджменте: от персонализации до искусственного интеллекта.
21. Кросс-брендинг: как объединение компаний создает успешные продукты.
22. Создание брендов в условиях глобализации: стратегия адаптации или глобального доминирования?
23. Как стратегически управлять брендом в условиях экономической нестабильности?
24. Влияние бренда на восприятие ценности продукта.
25. Как управлять имиджем бренда в условиях быстро меняющихся трендов?
26. Роль инноваций в брендинге: примеры успешных технологических решений.
27. Эволюция корпоративной социальной ответственности брендов.
28. Как управлять репутацией бренда в случае кризиса?
29. Современные подходы к управлению брендом в индустрии развлечений.
30. Использование бренда для создания уникальных клиентских впечатлений (CX).

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Теоретические основы социологии брендинга

- **Тема 1.1. Бренд как социальный феномен: история, понятие, функции**
- **Тема 1.2. Основные социологические теории и подходы к изучению брендинга**

Раздел 2. Социокультурные аспекты брендинга

- **Тема 2.1. Влияние культуры и общества на формирование брендов**
- **Тема 2.2. Бренды как инструмент формирования идентичности и социальных ценностей**

Раздел 3. Потребительское поведение и восприятие брендов

- **Тема 3.1. Социологические методы исследования потребительского поведения**
- **Тема 3.2. Факторы, влияющие на восприятие брендов: социальные, психологические, экономические**

Раздел 4. Стратегии и управление брендами в современном обществе

- **Тема 4.1. Разработка бренд-стратегий с учетом социокультурных особенностей**
- **Тема 4.2. Управление репутацией и имиджем бренда в условиях социальных изменений**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ТЕХНОЛОГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)....4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций....4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося....5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)....6
2.3. Содержание дисциплины (модуля)....8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....10
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)....10
3.1.1. Основная литература....10
3.1.2. Дополнительная литература....10
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)....11
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)....11
3.3.1. Средства информационных технологий....11
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства....11
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных....12
3.4. Образовательные технологии....12
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)....12
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ....13
Приложение 1. 14
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)....14
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)....14
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации....19
Приложение 2. 22
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)....22
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе....22
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)....27
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)....47
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)....54
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)....60

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере позиционирования бренда с их последующим применением в профессиональной деятельности, направленных на эффективное взаимодействие с целевой аудиторией.

Задачи дисциплины:

1. **Изучить концептуальные основы позиционирования:** Описать эволюцию теорий позиционирования в маркетинге. Рассмотреть ключевые принципы и элементы, влияющие на восприятие бренда (миссия, ценности, УТП и др.).
2. **Формировать навык анализа конкурентной среды и целевой аудитории** Научить проводить исследования потребительских инсайтов и конкурентного ландшафта. Показывать, как выявлять незанятые рыночные ниши и определять ключевые факторы успеха.
3. **Развить умение разрабатывать дифференцированное бренд-позиционирование:** Изучить методы поиска уникального ценностного предложения (УТП) и точек дифференциации. Демонстрировать способы адаптации позиционирования под разные сегменты рынка.
4. **Освоить инструменты и технологии позиционирования:** Рассмотреть механизмы вербальной и визуальной коммуникации, отражающие суть бренда (нейминг, слоганы, дизайн). Ознакомиться с методами использования социальных сетей, PR, рекламы (ATL/BTL/digital) для закрепления позиционирования в сознании аудитории.
5. **Понять специфику реализации стратегии позиционирования в различных отраслях:** Исследовать особенности позиционирования товаров широкого потребления (FMCG), услуг, B2B-сегмента, luxury-брендов. Рассмотреть влияние культурных, экономических и законодательных факторов на позиционирование на международных рынках.
6. **Научиться оценивать эффективность и корректировать позиционирование:** Изучить показатели и методики измерения результатов (brand equity, NPS, репутационные индексы). Развить навыки аудита позиционирования и проведения ребрендинга/репозиционирования при изменении рыночных условий.
7. **Формировать стратегическое мышление и проектные компетенции:** Разрабатывать практические кейсы и проекты по позиционированию бренда с учётом бизнес-целей и ограничений. Развивать умение работать в команде, презентовать проекты и обосновывать маркетинговые решения.
8. **Укреплять профессиональную этику и осознанность:** Поднимать вопросы социальной ответственности и экологичности позиционирования. Стимулировать критическое восприятие этических аспектов при формировании образа бренда.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ОПК-4.1**. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Знает: коммуникативные продукты в аналоговой и цифровой среде Умеет: создавать коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков в аналоговой и цифровой среде в соответствии с соци-

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		альными запросами аудитории
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Умеет: использовать типовые алгоритмы проектов и кампаний результаты вторичных исследований для проведения коммуникационных компаний

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**72**	**72**
Лекционные занятия	12	12
из них: в форме практической подготовки		
Практические занятия	44	44
из них: в форме практической подготовки		
Лабораторные занятия		
из них: в форме практической подготовки		
Консультации	16	16
из них: в форме практической подготовки		
Самостоятельная работа обучающихся	**54**	**54**
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**
Форма промежуточной аттестации	*экзамен*	*экзамен*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**16**	**16**	
Лекционные занятия	8	8	
из них: в форме практической подготовки			

Практические занятия	8	8	
из них: в форме практической подготовки			
Лабораторные занятия			
из них: в форме практической подготовки			
Консультации			
из них: в форме практической подготовки			
Самостоятельная работа обучающихся	**119**	**119**	
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**	
Форма промежуточной аттестации	*экзамен*	*экзамен*	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**	

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 4)											
Раздел 1. Теоретические аспекты технологии брендинга	**29**	**13**	**16**	**2**		**10**				**4**	
Тема 1.1. Основные модели брендинга и их характеристика	**17**	7	10	2		6				2	
Тема 1.2. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга	**12**	6	6			4				2	
Раздел 2. Маркетинговые исследования в брендинге	**34**	**14**	**20**	**4**		**12**				**4**	
Тема 2.1. Маркетинговые исследования бренда	**17**	7	10	2		6				2	
Тема 2.2. Маркетинговые исследования имиджа бренда	**17**	7	10	2		6				2	
Раздел 3. Подготовительная стадия брендинга	**34**	14	20	4		12				4	
Тема 3.1. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге	**17**	7	10	2		6				2	
Тема 3.2. Способы корректировки существующего бренда	**17**	7	10	2		6				2	
Раздел 4. Марочный капитал	**29**	13	16	2		10				4	
Тема 4.1. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества. Способы оценки бренда	**17**	7	10	2		6				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 4.2. Проблемы оценки стоимости бренда	**12**	6	6			4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**										
Общий объем, часов	**144**	**54**	**72**	**12**		**44**				**16**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3, Сессии 1-2)											
Раздел 1. Теоретические аспекты технологии брендинга	**34**	30	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Основные модели брендинга и их характеристика	17	15	2	2							
Тема 1.2. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга	17	15	2			2					
Раздел 2. Маркетинговые исследования в брендинге	**34**	30	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Маркетинговые исследования бренда	17	15	2	2							
Тема 2.2. Маркетинговые исследования имиджа бренда	17	15	2			2					
Раздел 3. Подготовительная стадия брендинга	34	30	4	2		2					
Тема 3.1. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге	17	15	2	2							
Тема 3.2. Способы корректировки существующего бренда	17	15	2			2					
Раздел 4. Марочный капитал	33	29	4	2		2					
Тема 4.1. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества. Спо-	16	14	2	2							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
собы оценки бренда											
Тема 4.2. Проблемы оценки стоимости бренда	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**119**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические аспекты технологии брендинга**.**

Тема 1.1. Основные модели брендинга и их характеристика

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие брендинга и его эволюция. Модель «Бренд-платформа»: миссия, ценности, позиционирование. Модель «Бренд-личность»: человеческие черты бренда. Модель «Бренд-архетип»: универсальные образы (Герой, Мудрец, Бунтарь и др.). Эмоциональный брендинг: создание связи через чувства. Ценностный брендинг: функциональные, эмоциональные и социальные ценности. Культурный брендинг: адаптация к локальным рынкам. Цифровой брендинг: новые вызовы и возможности. Брендинг через сторителлинг: сила историй. Нейромаркетинг и брендинг: как мозг реагирует на бренды Брендинг и социальная ответственность: экологичность и этичность.

Тема 1.2. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие коммерческого бренда и его особенности. Страновой брендинг: что это и зачем он нужен. Компоненты странового брендинга: культура, туризм, экономика. Примеры успешного странового брендинга (Япония, Швейцария, Новая Зеландия). Проблемы странового брендинга: стереотипы, политика, кризисы. Роль туризма в страновом брендинге. Культурный экспорт как инструмент странового брендинга (K-pop, аниме). Экономический брендинг: привлечение инвестиций. Политический брендинг: имидж страны на международной арене. Страновой брендинг и глобальные события (Олимпиада, ЧМ по футболу). Проблемы негативного восприятия страны (например, Россия, Северная Корея). Роль медиа в формировании странового бренда.

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования в брендинге

Тема 2.1. Маркетинговые исследования бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели и задачи маркетинговых исследований в брендинге. Методы исследования целевой аудитории: качественные и количественные подходы. Сегментация рынка: как найти свою аудиторию. Анализ конкурентов: SWOT-анализ в брендинге. Исследование восприятия бренда: как

потребители видят ваш бренд. Фокус-группы: как получить обратную связь от потребителей. Опросы и анкетирование: инструменты для сбора данных.
Нейромаркетинг: как мозг реагирует на бренды. Анализ Big Data в брендинге: как данные помогают принимать решения. Исследование культурных особенностей: адаптация бренда к локальным рынкам. Исследование эмоциональных реакций: как бренды вызывают чувства. Анализ медиапотребления: где искать свою аудиторию. Исследование ценностей потребителей: что важно для вашей аудитории. Анализ трендов: как предугадать будущее брендинга. Исследование бренд-лояльности: как удержать потребителей.

Тема 2.2. Маркетинговые исследования имиджа бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие имиджа бренда и его составляющие. Методы исследования имиджа бренда: опросы, интервью, анализ соцсетей. Исследование узнаваемости бренда: как сделать бренд узнаваемым. Исследование лояльности потребителей: как удержать клиентов. Исследование воспринимаемого качества: как создать образ премиальности. Анализ ассоциаций бренда: как создать положительные ассоциации. Исследование репутации бренда: как управлять имиджем. Исследование эмоциональной связи с брендом: как вызвать доверие. Анализ бренд-сообществ: как потребители взаимодействуют с брендом. Исследование бренд-амбассадоров: как лидеры мнений влияют на имидж. Анализ бренд-экспериенса: как потребители взаимодействуют с брендом. Исследование бренд-архетипов: какие образы resonate с аудиторией. Анализ бренд-платформы: как миссия и ценности влияют на восприятие. Исследование бренд-личности: какие черты привлекают потребителей.

РАЗДЕЛ 3. Подготовительная стадия брендинга

Тема 3.1. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие психографического сегментирования: стиль жизни, ценности, интересы. Понятие поведенческого сегментирования: частота покупок, лояльность, готовность к новинкам. Методы психографического сегментирования: опросы, фокус-группы. Методы поведенческого сегментирования: анализ данных CRM, Big Data. Примеры психографического сегментирования: «ЗОЖ-аудитория», «геймеры». Примеры поведенческого сегментирования: «частые покупатели», «новички». Роль сегментирования в создании бренда. Сегментирование и позиционирование: как найти свою нишу. Сегментирование и реклама: как донести сообщение до целевой аудитории. Сегментирование и PR: как управлять репутацией. Сегментирование и контент-стратегия: как привлечь и удержать аудиторию. Сегментирование и социальные сети: как взаимодействовать с потребителями. Сегментирование и событийный маркетинг: как создать незабываемый опыт. Сегментирование и digital-каналы: как использовать технологии. Сегментирование и виральный маркетинг: как стать популярным.

Тема 3.2. Способы корректировки существующего бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Причины для корректировки бренда: устаревание, кризис, смена аудитории. Репозиционирование бренда: как изменить восприятие. Ребрендинг: полное обновление бренда. Обновление визуальной идентичности: логотип, цвета, шрифты. Обновление бренд-платформы: миссия, ценности, позиционирование. Обновление бренд-личности: новые черты характера. Обновление бренд-архетипа: новый образ. Обновление бренд-сторителлинга: новая история. Обновление упаковки: новый дизайн. Обновление звукового брендинга: новая музыка и звуки. Обновление бренд-экспериенса: новое взаимодействие с потребителем. Обновление рекламных кампаний: новые сообщения. Обновление PR-стратегии: новая репутация. Обновление контент-стратегии: новый контент. Обновление стратегии для социальных сетей: новое взаимодействие.

РАЗДЕЛ 4. Марочный капитал

Тема 4.1. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества. Способы оценки бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие марочного капитала и его роль в бизнесе. Компоненты марочного капитала: узнаваемость, лояльность, воспринимаемое качество. Как бренд создает ценность для потребителя. Роль марочного капитала в увеличении прибыли. Как марочный капитал влияет на рыночную стоимость компании. Узнаваемость бренда: как сделать бренд узнаваемым. Лояльность потребителей: как удержать клиентов. Воспринимаемое качество: как создать образ премиальности. Ассоциации бренда: как создать положительные ассоциации. Как марочный капитал помогает в кризисных ситуациях. Роль марочного капитала в глобальном брендинге. Как марочный капитал влияет на ценовую политику. Роль марочного капитала в привлечении инвестиций. Как марочный капитал помогает в борьбе с конкурентами. Роль марочного капитала в создании инноваций.

Тема 4 .2. Проблемы оценки стоимости бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы оценки стоимости бренда: финансовые, рыночные, потребительские. Проблемы финансовой оценки: субъективность, сложность расчетов. Проблемы рыночной оценки: отсутствие стандартов, изменчивость рынка. Проблемы потребительской оценки: сложность измерения эмоций. Роль бренд-активов в оценке стоимости. Роль бренд-лояльности в оценке стоимости. Роль бренд-репутации в оценке стоимости. Роль бренд-экспертизы в оценке стоимости. Роль бренд-архетипов в оценке стоимости. Роль бренд-личности в оценке стоимости. Роль бренд-сторителлинга в оценке стоимости. Роль бренд-эмоций в оценке стоимости. Роль бренд-ценности в оценке стоимости. Роль бренд-платформы в оценке стоимости. Будущее оценки стоимости бренда: тренды и прогнозы.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19453-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/556489 .

2. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 555 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20975-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559113 .

3.1.2. Дополнительная литература

1. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 (дата обращения: 18.02.2024). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.,

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/537250 .

3. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477 (дата обращения: 18.02.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3057-6. – DOI 10.23681/686477. – Текст : электронный.

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	—·—·——
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	—·—·——
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	—·—·——
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	—·—·——

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел -1** Теоретические аспекты технологии брендинга	Реферат	1. Эволюция брендинга: от товарного знака к эмоциональной связи. 2. Основные концепции и модели брендинга. 3. Психологические основы брендинга: как бренды влияют на сознание потребителей. 4. Теория уникального торгового предложения (USP) и её применение. 5. Эмоциональный брендинг: создание связи через чувства. 6. Бренд-личность: как бренды становятся «человечными». 7. Архетипы брендов: универсальные образы в маркетинге. 8. Ценностный брендинг: как ценности бренда влияют на лояльность. 9. Культурный брендинг: адаптация к локальным рынкам. 10. Цифровой брендинг: новые вызовы и возможности. 11. Бренд-платформа: миссия, ценности, позиционирование. 12. Теория Lovemarks: бренды, которые вызывают любовь. 13. Брендинг через сторителлинг: сила историй. 14. Нейромаркетинг и брендинг: как мозг реагирует на бренды. 15. Брендинг и социальная ответственность: экологичность и этичность. 16. Брендинг в условиях глобализации: унификация vs. локализация. 17. Брендинг для поколений: различия между Gen Z, миллениалами и бумерами. 18. Брендинг в кризисных ситуациях:

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			управление репутацией. 19. Брендинг через опыт: создание уникального взаимодействия с потребителем. 20. Брендинг и визуальная идентичность: логотипы, цвета, шрифты. 21. Брендинг и звуковой дизайн: роль музыки и звуков. 22. Брендинг и упаковка: как дизайн влияет на восприятие. 23. Брендинг и нейминг: психология названий. 24. Брендинг и реклама: как реклама формирует образ бренда. 25. Брендинг и PR: управление общественным мнением. 26. Брендинг и социальные сети: новые каналы коммуникации. 27. Брендинг и виральный маркетинг: как бренды становятся популярными. 28. Брендинг и геймификация: игровые механики в маркетинге. 29. Брендинг и метавселенные: новые возможности для брендов. 30. Будущее брендинга: тренды и прогнозы.
2.	**Раздел -2** Маркетинговые исследования в брендинге	Реферат	1. Роль маркетинговых исследований в создании бренда. 2. Методы исследования целевой аудитории: качественные и количественные подходы. 3. Сегментация рынка: как найти свою аудиторию. 4. Анализ конкурентов: SWOT-анализ в брендинге. 5. Исследование восприятия бренда: как потребители видят ваш бренд. 6. Фокус-группы: как получить обратную связь от потребителей. 7. Опросы и анкетирование: инструменты для сбора данных. 8. Нейромаркетинг: как мозг реагирует на бренды. 9. Анализ Big Data в брендинге: как данные помогают принимать решения. 10. Исследование культурных особенностей: адаптация бренда к локальным рынкам. 11. Исследование эмоциональных реакций: как бренды вызывают чувства. 12. Анализ медиапотребления: где искать

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			свою аудиторию. 13. Исследование ценностей потребителей: что важно для вашей аудитории. 14. Анализ трендов: как предугадать будущее брендинга. 15. Исследование бренд-лояльности: как удержать потребителей. 16. Анализ бренд-активов: что делает бренд сильным. 17. Исследование восприятия упаковки: как дизайн влияет на продажи. 18. Анализ рекламных кампаний: что работает, а что нет. 19. Исследование социальных сетей: как бренды взаимодействуют с аудиторией. 20. Анализ вирального контента: почему люди делятся информацией. 21. Исследование бренд-амбассадоров: как лидеры мнений влияют на бренд. 22. Анализ бренд-экспериенса: как потребители взаимодействуют с брендом. 23. Исследование бренд-архетипов: какие образы resonate с аудиторией. 24. Анализ бренд-платформы: как миссия и ценности влияют на восприятие. 25. Исследование бренд-личности: какие черты привлекают потребителей. 26. Анализ бренд-сторителлинга: как истории влияют на лояльность. 27. Исследование бренд-эмоций: какие чувства вызывает бренд. 28. Анализ бренд-ценности: как бренд создает ценность для потребителя. 29. Исследование бренд-репутации: как управлять имиджем бренда. 30. Будущее маркетинговых исследований: технологии и тренды.
	Раздел -3 Подготовительная стадия брендинга	Реферат	1. Определение целей брендинга: что вы хотите достичь. 2. Анализ рынка: как понять, где ваш бренд будет конкурировать. 3. Исследование целевой аудитории: кто ваш идеальный потребитель. 4. Анализ конкурентов: кто ваши конкуренты и как выделиться. 5. Разработка миссии и видения бренда. 6. Определение ценностей бренда: что вы отстаиваете. 7. Создание бренд-платформы: основа для

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			всех коммуникаций. 8. Разработка позиционирования бренда: как вы хотите, чтобы вас воспринимали. 9. Создание бренд-личности: какие черты характера у вашего бренда. 10. Выбор архетипа бренда: какой образ resonates с аудиторией. 11. Разработка нейминга: как выбрать правильное название. 12. Создание логотипа: визуальная идентичность бренда. 13. Разработка цветовой палитры: как цвета влияют на восприятие. 14. Создание фирменного стиля: как сделать бренд узнаваемым. 15. Разработка слогана: как создать запоминающийся девиз. 16. Создание бренд-сторителлинга: как рассказать историю бренда. 17. Разработка упаковки: как дизайн влияет на продажи. 18. Создание звукового брендинга: роль музыки и звуков. 19. Разработка бренд-экспериенса: как создать уникальное взаимодействие. 20. Планирование рекламных кампаний: как донести сообщение до аудитории. 21. Разработка стратегии PR: как управлять репутацией бренда. 22. Создание контент-стратегии: как привлечь и удержать аудиторию. 23. Разработка стратегии для социальных сетей: как взаимодействовать с потребителями. 24. Планирование событийного маркетинга: как создать незабываемый опыт. 25. Разработка стратегии для digital-каналов: как использовать технологии. 26. Создание стратегии для вирального маркетинга: как стать популярным. 27. Разработка стратегии для геймификации: как вовлечь аудиторию. 28. Планирование бренд-амбассадорства: как работать с лидерами мнений. 29. Разработка стратегии для sustainability: как стать экологичным брендом. 30. Подготовка к запуску бренда: как сделать успешный старт.
	Раздел -4 Марочный	Реферат	1. Что такое марочный капитал и как его

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
	капитал		измерить. 2. Компоненты марочного капитала: узнаваемость, лояльность, воспринимаемое качество. 3. Как бренд создает ценность для потребителя. 4. Роль марочного капитала в увеличении прибыли. 5. Как марочный капитал влияет на рыночную стоимость компании. 6. Узнаваемость бренда: как сделать бренд узнаваемым. 7. Лояльность потребителей: как удержать клиентов. 8. Воспринимаемое качество: как создать образ премиальности. 9. Ассоциации бренда: как создать положительные ассоциации. 10. Как марочный капитал помогает в кризисных ситуациях. 11. Роль марочного капитала в глобальном брендинге. 12. Как марочный капитал влияет на ценовую политику. 13. Роль марочного капитала в привлечении инвестиций. 14. Как марочный капитал помогает в борьбе с конкурентами. 15. Роль марочного капитала в создании инноваций. 16. Как марочный капитал влияет на репутацию бренда. 17. Роль марочного капитала в создании эмоциональной связи с потребителем. 18. Как марочный капитал помогает в создании бренд-сообществ. 19. Роль марочного капитала в создании бренд-амбассадоров. 20. Как марочный капитал влияет на восприятие упаковки. 21. Роль марочного капитала в создании бренд-сторителлинга. 22. Как марочный капитал помогает в создании бренд-экспериенса. 23. Роль марочного капитала в создании бренд-архетипов. 24. Как марочный капитал влияет на восприятие бренд-личности. 25. Роль марочного капитала в создании бренд-ценности.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			26. Как марочный капитал помогает в создании бренд-репутации. 27. Роль марочного капитала в создании бренд-лояльности. 28. Как марочный капитал влияет на восприятие бренд-эмоций. 29. Роль марочного капитала в создании бренд-платформы. 30. Будущее марочного капитала: тренды и прогнозы.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 4)
Заочная форма обучения (Курс 3, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	*1-30*
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

1. Что означает термин «позиционирование бренда»?
a) Создание логотипа компании
b) Формирование уникального образа бренда в сознании потребителей
c) Оценка стоимости компании

2. Какие элементы входят в стратегию позиционирования бренда?
a) Уникальное торговое предложение (USP)
b) Целевая аудитория
c) Выбор места продажи товаров

3. Какие бывают основные стратегии позиционирования?
a) Основанные на характеристиках продукта
b) Основанные на выгодах для потребителей
c) Основанные на стоимости производства

4. В чем суть позиционирования на основе эмоциональных ценностей?

a) Акцент на чувства и эмоции, вызываемые брендом

b) Демонстрация технических характеристик продукта

c) Использование низкой цены как ключевого преимущества

5. Какой термин обозначает соответствие бренда ожиданиям целевой аудитории?

a) Бренд-дизайн

b) Бренд-адекватность

c) Бренд-релевантность

6. Какие ключевые факторы влияют на выбор стратегии позиционирования?

a) Анализ конкурентов

b) Потребности целевой аудитории

c) Количество сотрудников в компании

7. Чем отличается репозиционирование бренда от первоначального позиционирования?

a) Репозиционирование — это изменение уже сложившегося восприятия бренда

b) Репозиционирование проводят только при смене логотипа

c) Репозиционирование направлено на расширение ассортимента

8. Какие методы анализа используются для определения позиционирования бренда?

a) SWOT-анализ

b) PEST-анализ

c) Дегустация продукции

9. Какой инструмент позволяет визуально отобразить место бренда относительно конкурентов?

a) Матрица позиционирования

b) Финансовая отчетность

c) Логотип бренда

10. Какие бренды чаще всего используют стратегию премиального позиционирования?

a) Rolex, Bentley

b) McDonald's, IKEA

c) Xiaomi, Lenovo

11. Какой термин обозначает характеристику бренда, отличающую его от конкурентов?

a) Уникальное торговое предложение (USP)

b) Брендовый слоган

c) Визуальный стиль

12. В чем преимущество позиционирования на основе ценностей компании?

a) Бренд становится ближе к потребителям

b) Потребители готовы платить больше за продукцию

c) Позволяет полностью исключить конкуренцию

13. Что помогает бренду оставаться в сознании потребителей?

a) Конкурентная реклама

b) Последовательность в коммуникациях и визуальном стиле

c) Частая смена логотипа

14. Какие из перечисленных методов помогают определить восприятие бренда потребителями?

a) Опросы и интервью

b) Контент-анализ в социальных сетях

c) Анализ затрат на производство

15. Какие факторы помогают бренду успешно репозиционироваться?

a) Учет новых трендов и потребностей рынка

b) Разработка нового логотипа

c) Анализ конкурентных преимуществ

Открытые вопросы

16. Дайте определение позиционирования бренда.

Ответ: _____

17. В чем ключевое отличие позиционирования от брендинга?

Ответ: _____

18. Какие три основные стратегии позиционирования бренда существуют?

Ответ: _____

19. В чем преимущества позиционирования на основе конкурентных отличий?

Ответ: _____

20. Как репозиционирование помогает бренду в условиях изменяющегося рынка?

Ответ: _____

21. Какие инструменты можно использовать для анализа позиционирования конкурентов?

Ответ: _____

22. Почему важно учитывать целевую аудиторию при разработке стратегии позиционирования?

Ответ: _____

23. Какую роль играет нейминг в процессе позиционирования бренда?

Ответ: _____

24. Какие элементы визуальной идентичности помогают укрепить позиционирование бренда?

Ответ: _____

25. Как современные технологии (например, искусственный интеллект) могут повлиять на позиционирование брендов?

Ответ: _____

26. Какие ошибки в позиционировании могут привести к провалу бренда?

Ответ: _____

27. Почему некоторые бренды выбирают стратегию антипозиционирования?

Ответ: _____

28. Как социальные сети влияют на восприятие и позиционирование бренда?

Ответ: _____

29. В чем отличие эмоционального позиционирования от рационального?

Ответ: _____

30. Как измерить эффективность стратегии позиционирования бренда?

Ответ: _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20

мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая под-

готовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятии - Тема 1.1. **Тема лекционного занятия:** Основные модели брендинга и их характеристика

Цель занятия:

- Изучить ключевые модели брендинга и их особенности.
- Научиться применять модели брендинга для разработки стратегий продвижения.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	определение и эволюция брендинга	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Модель «Бренд-платформа»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Модель «Бренд-личность»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Модель «Бренд-архетип»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Модель «Эмоциональный брендинг»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Модель «Ценностный брендинг»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

. **Содержание лекционного занятия**:

1. Определение и эволюция брендинга

- **Брендинг** — это процесс создания уникального образа продукта, компании или услуги, который формирует эмоциональную связь с потребителем.
- **Эволюция брендинга**:
  - **1900–1950**: Бренд как идентификатор качества (Coca-Cola, Ford).
  - **1950–1990**: Эмоциональное вовлечение (Marlboro, Nike).
  - **1990–2020-е**: Цифровая трансформация и персонализация (Apple, Amazon).

2. Модель «Бренд-платформа»

- **Определение**: Бренд-платформа — это основа для всех коммуникаций бренда, включающая миссию, ценности, позиционирование и атрибуты.
- **Компоненты**:
  1. **Миссия**: Зачем существует бренд (например, Tesla — «Ускорить переход мира на устойчивую энергетику»).
  2. **Ценности**: Что бренд отстаивает (например, Patagonia — экологичность).
  3. **Позиционирование**: Как бренд отличается от конкурентов (например, Volvo — безопасность).
- **Пример**: Apple — инновации, премиальность, простота.

3. Модель «Бренд-личность»

- **Определение**: Бренд-личность — это набор человеческих черт, которые ассоциируются с брендом.
- **Характеристики**:
    - Искренность (Coca-Cola).
    - Экспертность (Google).
    - Энергичность (Red Bull).
    - Утонченность (Chanel).
    - Бунтарство (Harley-Davidson).
- **Пример**: Nike — «Герой», который вдохновляет на достижение целей.

4. Модель «Бренд-архетип»
- **Определение**: Архетипы — это универсальные образы, которые вызывают глубокие эмоциональные ассоциации.
- **Основные архетипы**:
    1. **Герой** (Nike).
    2. **Мудрец** (Google).
    3. **Бунтарь** (Harley-Davidson).
    4. **Любовник** (Victoria's Secret).
    5. **Заботливый** (Johnson & Johnson).
- **Пример**: Disney — «Мечтатель», создающий волшебные миры.

5. Модель «Эмоциональный брендинг»
- **Определение**: Эмоциональный брендинг — это создание связи с потребителем через эмоции.
- **Ключевые эмоции**:
    - Радость (Coca-Cola).
    - Ностальгия (LEGO).
    - Страх (страховые компании).
    - Надежда (благотворительные организации).
- **Пример**: Coca-Cola — кампании о дружбе и счастье.

6. Модель «Ценностный брендинг»
- **Определение**: Ценностный брендинг — это акцент на ценностях, которые важны для потребителя.
- **Типы ценностей**:
    - Функциональные (цена, качество).
    - Эмоциональные (статус, принадлежность).
    - Социальные (экологичность, этичность).
- **Пример**: Patagonia — экологичность и устойчивое развитие.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:
1. Какая модель брендинга, на ваш взгляд, наиболее эффективна в цифровую эпоху?
2. Приведите пример бренда, который использует модель «Бренд-личность».
3. Как эмоциональный брендинг влияет на лояльность потребителей?
4. Какие архетипы брендов вы можете назвать?
5. Как ценностный брендинг помогает бороться с конкурентами?

Заключение:
Модели брендинга — это инструменты, которые помогают создать уникальный образ бренда и установить эмоциональную связь с потребителем. Выбор модели зависит от целей бренда, целевой аудитории и рыночных условий.

Тема лекционного занятия - Тема 1.2. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга

Цель занятия:

- Изучить особенности коммерческих брендов и странового брендинга.
- Разобрать ключевые проблемы и успешные кейсы странового брендинга.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие коммерческого бренда и его особенности	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Страновой брендинг: цели и задачи	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Компоненты странового брендинга: культура, туризм, экономика	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Примеры успешного странового брендинга (Япония, Швейцария)	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Проблемы странового брендинга: стереотипы, политика, кризисы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Текст лекции.

Наряду с созданием коммерческих корпоративных брендов в настоящее время достаточно актуальной проблемой является и создание странового бренда для решения проб лем, связанных с вопросом повышения конкурентоспособности стран в мировом хозяйстве. За последние десятилетия в международное разделение труда, в котором после Второй мировой войны господствовали США и западноевропейские страны, вошло большое количество стран (например, Япония, развивающиеся страны и страны с переходной экономикой), они смогли потеснить лидеров на их традиционных рынках.

Как отметил один из авторитетных специалистов в области нацио нального брендинга Саймон Анхольт, «в глобальном мире каждый город, регион, страна должны конкурировать за туристов, инвестиции, доверие, репутацию и уважение со стороны мировых СМИ. Имидж страны — это его конкурентное преимущество. Брендинг страны — это стратегический подход к развитию этого преимущества и видения того, куда страна может двигаться. Без такого видения страна не сможет конкурировать. Благодаря компаниям, союзникам, словам, которые говорят о ней другие люди и которые страна говорит о самой себе. Мы не верим рекламе, мы верим тому, что другие говорят о стране»

2.

Основной задачей брендинга любого государства, или странового брендинга, является создание и поддержание позитивных ассоциаций о себе, своих гражданах и продуктах, иногда деятельность направлена на изменение неблагоприятных стереотипов, которые не отвечают действительности, но главная цель — способствование росту благосостояния граждан страны.

Правительства большинства экономически развитых стран и ряда развивающихся уже давно осознали значение странового брендинга, сумели создать устойчивые положительные имиджи своих стран

3 и пытаются управлять репутацией своего государства."

"Некоторые страны добились при этом огромных успехов: Швейцария, Греция, Турция, Сингапур, Италия, Испания, Франция, Германия, Япония, США. Этот ряд можно дополнить такими странами, как Ирландия, Новая Зеландия, Австралия, ЮАР, которые улучшили свой имидж очень быстро, в результате чего их экономика и уважение к ним укрепились значительно. Рассмотрим один из сильных брендов. Бренд «Америка»: страна, символ свободы, миф, идеал, Голливуд, «самые демократичные выборы президента». Результаты брендинга страны налицо — «при невероятном торговом дефиците инвесторы продолжают вкладывать деньги в США, в доллар, в акции американских компаний»

1. Другие, как, например, Малайзия, Польша и Китай, только начали свой путь трансформации в мощные, узнаваемые бренды.

Стратегия нацио нального бренда формируется вокруг пяти основных измерений: продвижение туризма, экспорт брендов, привлечение инвестиций, внешняя политика, представление культуры (рис. 1.5). Хотя, конечно же, кроме этого существует еще много других не менее важных аспектов нацио нального брендинга, таких как регио нальный брендинг, роль кинематографа в продвижении бренда, использование диаспоры в качестве коммуникатора бренда и т. д."

Как показывает опыт, именно товарные бренды играют все большую роль в формировании имиджа страны и ее национальной " культуры, так как именно их с помощью потребители формируют свои мнения о нацио нальной идентичности той или иной страны. Например, Швейцария ассоциируется с такими брендами, как часы Rolex и Swatch ; Япо ния — с брендами Sony, Nintendo, Pokemon ; Финлян дия — с брендом Nokia. Таким образом, бренды-чемпионы государства способны значительно усилить его позитивный имидж, закрепить за ним звание лидера в конкретных рыночных нишах, сформировать положительные ассоциации. Но, нельзя и забывать о том, что многие компании используют эффект страны происхождения для продвижения своих продуктов и услуг на глобальном рынке и повышения прибыли.

Большинство потребителей подтверждают, что готовы заплатить за некоторые товары больше, чем за другие только за то, что они сделаны в определенной стране. Например, мы платим больше за электронику из Японии, за автомобили, сделанные в Германии, французскую косметику и парфюмерию. Исследование 200 успешных компаний из списка Fortune 500 companies показало, что 72 % видят нацио нальный имидж в качестве важного фактора, влияющего на покупательские решения

1. Экспорт брендов и имидж государства лежат в двух измерениях, каждое из которых взаимно влияет друг на друга. Страна происхождения продукта составляет важную часть брендинга, который в некоторых случаях может быть настолько влиятелен, что пересиливает репутацию бренда самого товара.

Сегодня нацио нальная идентичность становится все более важной. В мире товаров, неразличимых по качеству и основным свойствам, все больше компаний пытаются дифференцироваться путем ухода в глубокие эмоции и культивации идентичности, которая бы сделала потребителей лояльными и охотно желающими платить надбавку за продукты. Те, кто был успешен в этом, сразу же имели результаты в виде повышения своих продаж и прибылей. Также как и хороший дизайн способен обеспечить конкурентное преимущество продукту, так и широкие ассоциации с нацио нальной идентичностью могут дифференцировать продукты и услуги.

Когда имидж бренда страны начинает совершенствоваться, приходит в действие цикл: страна продвигает бренды, а бренды содействуют продвижению страны на мировой и политической арене, способствуют повышению индекса глобальной конкурентоспособности стран мира (Global Competitiveness Index) (табл. 1.6). Кроме того, товары, обладающие статусом бренда, способствуют развитию туризма, который приносит реальные доходы; внешняя политика поддерживает внутренние инвестиции, которые улучшают среду для экспорта товаров с брендами, это повышает имидж"

Тема лекционного занятия - Тема 2.1. Маркетинговые исследования бренда

Цель занятия:

- Изучить методы и инструменты маркетинговых исследований бренда.
- Научиться применять исследования для разработки бренд-стратегий.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Цели и задачи маркетинговых исследований бренда	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Методы исследования целевой аудитории: качественные и количественные подходы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Сегментация рынка: как найти свою аудиторию	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Анализ конкурентов: SWOT-анализ в брендинге	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Исследование восприятия бренда: как потребители видят ваш бренд	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Нейромаркетинг: как мозг реагирует на бренды	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

" Все проводимые исследования должны соответствовать масштабу бренда. Если бренд локальный, то исследования должны проводиться на местном рынке, если нацио нальный — то все федеральные округа. При этом, если проводятся качественные исследования, то они должны охватывать все столицы федеральных округов, если количественные, то можно проводить их выборочно — в городах свыше 250 тыс. жителей. Всего таких городов в Российской Федерации 75, а значит, оптимальным числом выборки будет 25 городов.

Однако маркетинговые исследования охватывают не все направления. Так, при выборе креативной концепции нового бренда, вывода на рынок уникального товара, названия торговой марки логотипа и концепции дизайна упаковки следует обратиться к собственным специалистам или специализированному маркетинговому агентству. Потребители могут оценивать только готовые материалы.

Проводя маркетинговые исследования, следует учитывать, что полученные результаты будут носить вероятностный характер. Это связано как с объективными факторами: объем выборки, допустимые погрешности, сезонность спроса, неконтролируемые действия других участников рынка; так и с субъективными обстоятельствами: квалификация исполнителей, мотивация респондентов и т. д.

В маркетинговые исследования бренда входят следующие направления:

1) описание внешних черт бренда (наименование, логотип, товарный знак, упаковка, фирменные цвета, одежда сотрудников, оригинальный объем и вес, сели есть, сам продукт, а так же его форма и цвет, персонаж бренда, если есть);

2) анализ слогана ;

3) описание иханализ характера бренда (речевые характеристики, смысл названия, лексика и т. д.);

4) анализ стиля рекламы (креатив, философия, чек-лист, набор готовых шаблонов и формул в рекламе и почему они именно такие);

5) анализ иописание образа, имиджа, репутации ;

6) описание основных схем работы сторговойхмаркой (как создавалась, как выводилась на рынок, почему именно так, репози " ционирование, позиционирование, ребрендинг, рестайлинг если были);

7) описание инструментов создания изащиты торговойхмарки (свободные ниши, почему их заняла марка, в каких нишах она была ранее, почему изменила ниши, сегментирование, позиционирование, индивидуальность марки, юридическая защита торговой марки, комплекс маркетинга для этой торговой марки);

8) развитиехмарки (была ли смена наименования, логотипа, почему и т. д.).

Под словосочетанием «имидж бренда» понимаются образы, ощущения и ассоциации, возникающие у человека при упоминании бренда (рис. 2.1).

Рис. 2.1. Формирование имиджа бренда

Чтобы сформировать успешный имидж бренда необходимо понимать:

• как на текущий момент целевая аудитория воспринимает бренд (реальный имидж);

• как целевая аудитория должна воспринимать бренд (желаемый имидж).

Можно привести следующий пример проведения маркетингового исследования бренда. Определенная компания производит несколько торговых марок продукта А, одной из самых успешных является бренд Б. Однако компания начинает выводить на рынок " новый бренд и с его помощью пытается добиться первенства в данной сфере. Компания провела необходимые исследования продукта А с помощью метода «аудит розничной торговли» за последние 12 месяцев. Тем не менее, данная информация является недостаточной, поэтому необходимо провести дополнительное маркетинговое исследование положения продукта А на рынке, в том числе выяснить успешность реализации бренда Б. Одновременно следует провести маркетинговое исследование элитного бренда В, которые не столь успешен на рынке среди массового покупателя. Последняя часть маркетингового исследования направлена на принятие последующего решения о целесообразности производства и реализации элитной продукции и возможной концентрации на торговых марках массового потребления. Соответственно, после определения всех задач исследования, необходимо определить параметры анализа. К ним относятся, прежде всего, характеристики продаж, но возможны и другие варианты, самостоятельно сформулированные аналитиками компании. Далее изучается непосредственно ситуация, сложившаяся на рынке в отношении данного бренда. Например, при росте продаж бренда Б, одновременно наблюдается рост продаж всех торговых марок продукта А. В результате расчетов компания определяет, что доля продаж торговой марки Б в общем количестве продаж товара снизилась. Однако прежде чем анализировать причины сложившейся ситуации, следует ввести еще один параметр маркетингового исследования — ценовой уровень. В соответствии с данным параметром можно определить четыре ценовых сегмента: низкий, средний, премиум, люкс. Каждый из выделенных сегментов имеет свои ценовые рамки. С помощью данной классификации компания получит представление о ценовом делении рынка и динамике данного процесса. Представим, что исследования показали активный рост покупательского спроса на данный продукт. В рамках которого значительно снизился интерес к наиболее дешевым маркам. В то же время наблюдается увеличение потребления элитных видов торговых марок. Популярный бренд Б находится в среднем диапазоне. Вывод нового же бренда ориентирован на такие же ценовые рамки, однако после получения таких результатов исследования необходимо принимать решение параллельно разрабатывать и более дорогие виды продукта. Суммируя полученный результат, можно сделать вывод о стремительном уменьшении спроса на дешевые марки, некоторое повышение интереса к дорогим маркам и, соответственно, насыщение рынка среднеценовыми торговыми марками. Именно последний фактор дает понимание того, почему уменьшилась доля продаж бренда Б в общей массе

1. " После того, как компания определила общую тенденцию спроса на определенные ценовые разновидности товара, необходимо перейти к изучению объемов розничных продаж по объему упаковки товара. Например, маркетинговое исследование показало, что потребитель стремится покупать товар в упаковке, превышающий стандартный объем, поскольку стремится сэкономить. В данном случае стоимость единицы товара будет значительно ниже. Могут быть и другие причины. Например, формирование домашнего ассортимента. В результате получения подобных данных компанией может быть принято решение об изменении объема упаковки или выпуске товара в различных упаковках параллельно.

Следующим этапом маркетингового исследования будет изучение позиций конкурентных участников рынка. Разумеется, в данном случае специалистов, проводящих исследование, будут интересовать только близко стоящие конкуренты. При этом сравнение проводится с учетом аналогичных ценовых рамок товара, учитывается также численная дистрибуция и объем продаж. Так, к примеру, результаты исследования покажут двух конкурирующих компаний, которым удается одновременно увеличивать объем продаж и численную дистрибуцию товара. При этом уже ценовое различие данных компаний не учитывается. Поскольку компании, реализующие товар по достаточно низким ценам, стремятся разработать другие преимущества. Ведь очень низкая цена товара может насторожить покупателя, с ассоциировав такую цену с низким качеством товара. Таким образом, при внедрении на рынок нового бренда не следует ориентироваться только на ценовую политику. Необходимо изучить и возможность появления на рынке элитной марки товара. Учитывая растущий, но незначительный интерес покупателя к данной ценовой категории, компания может принять решение о разработке нового бренда, но скорее на перспективу. Кроме того, продвижение товаров высокого ценового уровня может повысить авторитет компании."

Тема лекционного занятия - Тема 2.2. Маркетинговые исследования имиджа бренда

Цель занятия:

- Изучить методы исследования имиджа бренда.
- Научиться анализировать и корректировать имидж бренда.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие имиджа бренда и его составляющие	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Методы исследования имиджа: опросы, интервью, анализ соцсетей	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Исследование узнаваемости бренда: как сделать бренд узнаваемым	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Исследование лояльности потребителей: как удержать клиентов	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Исследование воспринимаемого качества: как создать образ премиальности	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Анализ ассоциаций бренда: как создать положительные ассоциации	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

" 2.3. Маркетинговые исследования имиджа бренда Для исследования имиджа бренда применяются следу ющие методы:

1) метод свободных ассоциаций. Данный метод предполагает описание респондентом в свободной форме бренда и отношения к нему. Затем проводится контент-анализ и слова-синонимы, объединяются в однородные смысловые группы. Наличие и наполненность таких групп дает представление о том, как потребитель воспринимает бренд, какие образы и ассоциации для него характерны;"

" 2) метод Q-сортировки. Респондент распределяет ряд характеристик, которые указаны на карточках, на разные группы по отношению к бренду. Либо наоборот — распределение брендов по определенным характеристикам;

3) метод семантического дифференциала. В данном методе респондент оценивает бренд с помощью биполярных шкал или с сочетанием со шкалой Лайкерта. Оценка дается по семибалльной шкале, на которой крайние точки являются противоположными, например, «кислый — сладкий». При этом положительные и отрицательные концы шкалы могут меняться местами, такой прием позволяет избежать механических ответов — только все положительное или только все отрицательное. Размерность шкалы может быть от «3» до « + 3», включая «0», либо от 1 до 7;

4) метод репертуарной решетки Келли. Респондент дает параметры оценки марки во время проведения исследования и на основании полученных критериев строится матрица соответствия объектов оценки и параметров оценки. Однако стоит учесть, что данный метод является очень трудоемким и требует ассоциативных и вербальных навыков респондентов;

5) метод соответствий (correspondents analysis). Респондент оценивает бренд по нескольким характеристикам по шкале вида «хороший — плохой», «черный — белый». Данные представляют в таблице сопряженности, в которой отражены связи между колонками и строками. Анализ соответствий перекликается с анализом главных компонент, он также группирует категории в таблице сопряженности. Также полученный результат отображают визуально в виде карты восприятия;

6) проекционные методы. Такие методы включают в себя: ассоциативные методики (персонификация, словесные ассоциации, ассоциации на визуальные образы); метод завершения предложения или подсказок героям комикса; коллаж; ролевые игры; ранжирование характеристик и мотивов.

Рассмотрим в качестве примера применение первого из перечисленных методов — метода свободных ассоциаций. В этом случае активизируется карта памяти респондента; опрашиваемого не подводят к кому-либо конкретному ответу. В процессе исследования имиджа бренда, активизируются все элементы памяти связанные с данным брендом. Как правило, первые утверждения респондента являются наиболее устойчивыми. Однако опрашиваемым не всегда удается вспомнить все, что они знают о бренде по одному вопросу, поэтому могут быть применены и многосоставные процедуры. В этом случае исследуется реакция на каждое понятие до тех пор, пока респондент может объяснить новые понятия. Данный способ дает возможность определить как содержание, так и структуру знания внутри определенной области."

" Перед тем, как анализировать полученный результат, интервью полностью необходимо записать на цифровой носитель информации и расшифровать. При этом следует использовать различные схемы кодировки, которые позволяют определять типологию области с помощью вопросов. При этом выделяют три основных критерия, которым должна соответствовать кодировочная схема:

1) типология имиджа бренда, с одной стороны, не должна быть обширной, с другой — распространяться на максимально возможное количество высказываний респондента;

2) типология и схема кодирования имиджа бренда должны быть простыми ижпонятными ;

3) типология имиджа бренда должна быть испытана нажпрактике.

Ассоциации с имиджем бренда могут быть подразделены на шесть широких категорий или включать в себя 15 более узких кате горий

1.

Iжширокая категория :

1) компания — включает в себя факты, связанные с компанией. Например, страна происхождения, история создания, известность бренда и т. д.

IIжширокая категория :

2) остальные компании — включает в себя определения относительно компаний-конкурентов, сравнение их с брендом компании и т. д.

III широкая категория — выявленная область знания, которая включает в себя:

3) индивидуальность бренда, стиль жизни, определенные личностные характеристики, которые ассоциируются с имиджем бренда;

4) событие, когда реклама или PR создают ассоциации между брендом и известными личностями, участвующими в продвижении бренда. Тем самым ассоциации с этой личностью могут быть перенесены и на бренд;

5) образ пользователя бренда — ассоциации с типичным пользователем, в том числе его возраст, профессия и т. д.;

6) образ использования — ассоциации с типичной ситуацией использования, например, место.

IVжширокая категория — атрибуты.

А. Атрибуты, не связанные с продуктом (внешние аспекты продукта, относящиеся к его покупке или потреблению):

7) категория продукта: ассоциации, связанные с категорией продукта, к которой принадлежат некоторые продукты бренда;

8) цена — потребители, как правило, ассоциируют уровень цены с качеством продукта;" " 9) коммуникации — ассоциации, связанные с продвижением бренда, например, рекламой;

10) дистрибьюция — ассоциации, связанные с сетью распространения бренда, например оформлением магазина, внешним видом продавцов и т. д.

Б. Атрибуты, связанные с продуктом:

11) составляющие, необходимые для выполнения прямой функции продукта.

Vжширокая категория — выгоды:

12) функцио нальные, выгоды, относящиеся к физиологическим потребностям и потребностям в безопасности;

13) чувственные выгоды, чувства, которые испытывает потребитель, пользуясь брендом;

14) символические выгоды, связанные с потребностями в социальном одобрении, уважении и самовыражении.

VIжширокая категория :

15) отношение потребителя — эмоцио нальное чувство потребителя к бренду.

Отношения между представленными категориями могут рассматриваться в причинно-следственной связи, поскольку некоторые выгоды проявляются как следствие определенных атрибутов, а степень отношения потребителя зависит от соотношения атрибутов и выгод.

Использование семантического дифференциала также дает репрезентативные результаты. Например, бренд позиционирует себя как «молодой, мобильный, агрессивный». При исследовании ставятся задачи:

— определить насколько ценности, заложенные в бренде, близки к потребителям;

— определить соответствие сформированного у потребителей имиджа бренда ценностям, заложенным в самом бренде;

— определить уровень лояльности потребителей к бренду.

Выделяют четыре категории: искренность, прогрессивность, яркость образа и сила. К каждой из категорий подбираются определения-антиподы и помещаются в таблицу. Респонденты должны оценить каждую пару определений по шкале, состоящей из семи градаций с двумя поименованными полюсами (биполярная шкала). Затем проводится сравнительный анализ полученных результатов и составляются семантические профили имиджа бренда, определяются влияние каждой из четырех групп факторов на формирование имиджа бренда.

В целом в ходе маркетингового исследования имиджа бренда, должны быть получены ответы на следующие вопросы.

Тема 3.1. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге

Цель занятия:

- Изучить методы психографического и поведенческого сегментирования.
- Научиться применять сегментирование для разработки бренд-стратегий.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие психографического сегментирования: стиль жизни, ценности, интересы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Понятие поведенческого сегментирования: частота покупок, лояльность, готовность к новинкам	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Методы психографического сегментирования: опросы, фокус-группы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Методы поведенческого сегментирования: анализ данных CRM, Big Data	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Примеры психографического сегментирования: «ЗОЖ-аудитория», «геймеры»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Примеры поведенческого сегментирования: «частые покупатели», «новички»	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Текст лекции

" Кроме традиционных, хорошо известных методов сегментирования рынка, в брендинге часто используется психографическое и поведенческое сегментирование потребителей

1. Применение этих методик позволяет маркетологам описать именно те черты бренда, которые окажутся наиболее привлекательными для каждой выделенной группы потребителей и сформировать личность бренда, а не просто его физические характеристики.

В США в 80-е гг. XX в. на основе фундаментального исследования, охватившего более 200 тыс. американцев была разработана психографическая сегментация потребителей, получившая название системы VALS (Value and Lifestyle). В этой системе сегментация проводится по двум критериям — ценностям и жстилю жизни. Согласно данному подходу выделяются четыре основных сегмента, внутри которых различаются подгруппы.

1. Гонимые нуждой (19 %):

а) стремящиеся хоть как-то выжить;

б) с трудом обеспечивающие свою материальную и физическую безопасность.

2. Экстраверты-традицио налисты (52 %), ориентированные на традиционные ценности и социальное признание:

а) консерваторы-конформисты, стремящиеся сохранить достигнутый социальный статус, — представители низших и средних классов, квалифицированные рабочие, пенсионеры;

б) подражатели, часто молодые и честолюбивые, стара ющиеся строить свою жизнь по образцу тех, кто достиг успеха;

в) стремящиеся к достижениям — бизнесмены, профессио налы, чиновники, считающие главной жизненной задачей повышение своего статуса. " 3. Интраверты-модернисты (19 %), склонные к современным, инновационным стилям жизни:

а) эгоцентристы — молодые, импульсивные, стремящиеся выделиться;

б) жизнелюбы — люди увлеченные, ищущие, активные, образованные;

в) социальные новаторы — озабоченные общественными проблемами, самостоятельные, движимые чувством долга и социальной ответственности.

4. Интегрированные личности (10 %): самоутвердившиеся, психологически стабильные, гармонично сочетающие экстравертные и интравертные, традиционные и модернистские тенденции, хорошо обеспеченные, занимающиеся благотворительностью.

Особо заметим, что VALS часто критикуется за чрезмерную упрощенность в трактовке личности, что снижает практическую ценность системы.

Психографические исследования разнообразны, в некоторых из них названия весьма красноречиво характеризуют типичных представителей той или иной выделенной группы (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Классификация британских потребителей, учитывающая стиль жизни

1

Мужчины %	Женщины %
Робкий традицио налист 22	Удобно и комфортабельно 20
Наглый с наличными 18	Беспокойная домохозяйка 20
Бычьи глаза и пивная утроба 14	Разодетая, но «остывшая» 16
Бизнес-класс 12	Энергичная с наличными 14
Скоростной фристайл 11	Эффектная, сорок «с хвостиком» 10
Мужчина и самое лучшее 9	Шикарная и блистательная 9
Одной ногой в могиле 7	Вечно старомодная 6
Бетховен и книги 7	Унылая старушка 5
Итого 100	Итого 100

Названия групп весьма говорящие, однако раскроем некоторые из них. Например, «Шикарная и блистательная» — богатые женщины, очень модные, покупают только самое лучшее. Они активные покупательницы, включенные в социум, использующие свою общественную жизнь для собственной карьеры. Требовательны к своему внешнему виду, отдыхают активно, но не энергично. Проводят от1 " пуск в экзотических местах. Группу «Бычьи глаза и пивная утроба» составляют мужчины, отлынивающие от работы, которым нравится простая жизнь и регулярная выпивка в пабе, фанаты армрестлинга.

В европейских странах получила распространение психографическая схема, разделяющая потребителей по ценностным ориентациям на пять групп.

1. Победители (winners, 14 %) — социально очень активный тип. В основном это люди в возрасте до 35 лет, ведущие активный образ жизни, настроенные на профессио нальный и жизненный успех. Их количество в силу демографических тенденций сокращается.

2. Ретроградs (re-rootings, 38 %) — наиболее пассивный и дезориентированный социальный тип, обращенный в прошлое. Такой тип людей ощущает большую потребность в поддержке и опеке сверху и чаще встречается в возрасте свыше 40 лет среди людей с низкими доходами и среди женщин. Их количество быстро сокращается.

3. Традицио налисты (traditionalists, 29 %) — их доля особенно велика среди старшего поколения (65 лет и старше). Обычно это люди с твердыми убеждениями и верой в тот или иной идеал, но предпочитающие спокойную жизнь без борьбы. В силу демографических особенностей их количество быстро растет.

4. Новые люди (new-comers, 13 %) — группа, внутренне готовая к изменениям и активно способствующая их утверждению. Это в среднем более молодые люди, чем из группы «Победители», они часто встречаются среди бизнесменов и менеджеров с достаточно высоким уровнем доходов. Их количество, хотя и медленно, увеличивается.

5. Истеблишмент (5 %) — наиболее социально уверенный тип. Для его представителей характерна согласованность внутреннего и внешнего мира, гуманистическое мировоззрение. В основном это служащие с высшим образованием с высоким уровнем дохода, т. е. по западным критериям относящиеся к среднему классу. Их количество быстро растет.

Агентство Marianne Media International выделяет 15 разновидностей стиля жизни россиян, и соответственно 15 психографических типов потребителей, получивших следующие условные названия.

1. Доверчивые к рекламе — наиболее многочисленная группа (люди со средним или невысоким достатком в возрасте 20—36 лет).

2. Беззаботные меломаны — подростки 16—19 лет.

3. Модники — молодые люди с уровнем потребления выше среднего, частые посетители бутиков.

4. Новаторы — люди 25—35 лет с весьма разным уровнем достатка, но не выше среднего, активно принимающие все новое.

5. Потребители-экспериментаторы — люди 25—35 лет со стабильным средним уровнем доходов.

" 6. Спешащие (или Поедатели фаст-фуда) — молодые люди с активной жизненной позицией и уровнем потребления выше среднего.

7. Энергичные оптимисты — обеспеченные люди 25—35 лет, адаптированные к рыночным условиям, в большинстве своем вполне обеспеченные, хоть и небогатые.

8. Потребители качественных марок. Девиз людей этого типа — «Неважно, сколько стоит, важно, чтобы было качественно».

9. Рантье. Необязательно рантье в классическом смысле этого слова; это завсегдатаи ресторанов и любители красиво «прожигать жизнь».

10. Информированные прагматики — в основном, люди 45— 55 лет.

11. Мужики советской закалки — те, кого принято еще называть «крепкими хозяйственниками». У них уровень дохода преимущественно выше среднего, по возрасту они близки к прагматикам.

12. Бедствующие традицио налисты — люди старого склада, не сумевшие или не желающие приноровиться к изменениям социальной среды.

13. Пессимисты.

14. Нуждающиеся интеллигенты.

15. Пенсионеры — наиболее пожилые и малоимущие люди.

К поведенческим критериям сегментации рынка традиционно относят степень готовности к восприятию новых товаров, степень приверженности к товару (бренду), чувствительность к цене, норму потребления, мотивы покупок, а также чувствительность к рекламе. На сегодняшний день исследователи различают более десятка категорий потребителей по их отношению к рекламе и новым товарам. Приведем наиболее распространенную классификацию.

1. Скептики — не верят рекламе, не разбираются в товаре, но руководствуются в покупках своим «чутьем», нередко ошибаются.

2. Осведомленные — имеют собственное мнение о товаре, знают, что им надо и не обращают внимания на рекламу.

3. Целенаправленные — желая купить нужный товар, анализируют рекламу, сравнивают различные варианты покупки.

4. Присматривающиеся — реклама пробуждает их интерес к товару, запоминается, но готовности к покупке нет — думают лишь о возможности в будущем совершить ее.

5. Понимающие — сознают пользу рекламируемого товара и намереваются приобрести его, но по каким-то причинам откладывают покупку.

6. Случайные — совершают незапланированную покупку под влиянием внезапного импульса, вызванного случайно увиденным рекламным материалом или даже без знакомства с рекламой

Тема лекционного занятия - Тема 3.2. Способы корректировки существующего бренда

Цель занятия:

- Изучить методы корректировки бренда.
- Научиться применять эти методы для улучшения бренда.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Причины для корректировки бренда: устаревание, кризис, смена аудитории	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Репозиционирование бренда: как изменить восприятие	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Ребрендинг: полное обновление бренда	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Обновление визуальной идентичности: логотип, цвета, шрифты	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Обновление бренд-платформы: миссия, ценности, позиционирование	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Обновление бренд-личности: новые черты характера	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Текст лекции

" Проводя аудит бренда, его владельцы могут столкнуться с проблемой ухудшения его позиций на рынке. В этом случае часто компании прибегают к репозиционированию.

Репозиционирование (перепозиционирование) — это сознательное изменение позиции бренда на рынке без изменения его идентичности. Суть репозиционирования заключается в добавлении ценности предложению или в смене целевой аудитории. Обычно, к основным причинам репозиционирования бренда на рынке относят:

1) несоответствие существующего имиджа и представлений о бренде той сущности и индивидуальности, которые бренд стремится передать;

2) существующий бренд имеет «тусклый», неясный или устаревший имидж;

3) изменение целевой аудитории или ее нужд и потребностей;

4) изменения в стратегических установках компании;

5) изменение позиционирования конкурентов или появление новых конкурентов;

6) выход на новые сегменты рынка;

7) повторное открытие утраченных ценностей бренда;

8) ошибочное позиционирование марки.

В качестве примера можно привести опыт Санкт-Петербургской компании «Дарья», которая выпускает продукты быстрого приготовления. В недалеком прошлом она сменила образ своего бренда (рис. 3.3).

Новый логотип и оформление упаковки «Дарьи» теперь не содержат элементы лубочного стиля. Изменения связаны с тем, что компания перевела свою продукцию в ценовой сегмент премиум. Для своих прежних покупателей компания предложила новый " бренд — «Царь-батюшка» и рассчитывает, что он заменит «Дарью» в среднем ценовом сегменте.

Рис. 3.3. Новый логотип бренда «Дарья»

1

Для того чтобы бренд оставался актуальным, любимым аудиторией, менялся в ногу со временем, а значит был бы прибыльным для владельца, бренд-менеджеры часто прибегают к таким способам корректировки бренда, как рестайлинг, ребрендинг и ревиталайзинг.

Само понятие «рестайлинг» (restyling) пришло в отечественную маркетинговую терминологию из английского языка и под ним принято понимать деятельность компании, направленную на изменение внешнего имиджа бренда. Рестайлингу может быть подвержен логотип бренда, его эмблема, этикетка и т. д. Однако стоит заметить, что понятия «рестайлинг» и «ребрендинг» не являются равнозначными, так как последний подразумевает под собой изменение философии бренда. Следует помнить, что рестайлинг может являться одним из элементов комплекса работ, связанных с ребрендингом.

К основным причинам, когда компании-владельцу бренда следует прибегнуть в рестайлингу относят следующие:

— обострение конкуренции на рынке за счет появления новых брендов и повышения активности конкурентов (для переработки дизайна в соответствии со вкусами целевой аудитории);

— изменение политики компании-владельца бренда (например, переход на другие технологии производства продукта или его упаковки, появление дополнительных ингредиентов в продукте. Для решения данной задачи необходимо изменить дизайн с точки зрения его функцио нально-имиджевых характеристик);

— проведение ребрендинга (здесь рестайлинг может проходить в рамках ребрендинга, когда по тем или иным причинам происходит перепозиционирование продукта. Например, это может происходить в связи с изменениями в структуре портфеля брендов компании).

" Анализируя практику рестайлинга на российском потребительском рынке нельзя не упомянуть проект по обновлению фирменного стиля и логотипа бренда «МТС», реализованный в конце 2010 г. МТС и BBDO Branding. Напомним, что компания «МТС» является ведущим телекоммуникационным оператором в России. Данная работа по обновлению логотипа и фирменного стиля МТС попала в TOP-100 самых ярких мировых проектов по ребрендингу и была отмечена как лучшая на международном конкурсе Rebrand 100© Global Awards 2012

1.

В рамках данного проекта главные изменения коснулись формы логотипа — он «потерял» один из квадратов, стал более объемным и «технологичным». В новом визуальном решении сохранились ключевые узнаваемые элементы бренда МТС: графический символ в форме яйца и красно-белая цветовая гамма (рис. 3.4 и 3.5)

2.

Рис. 3.4. Логотип бренда «МТС»

дожребрендинга Рис. 3.5. Логотип бренда «МТС» после ребрендинга

Новый фирменный стиль стал отражением стратегии развития компании, в основе которой лежит ориентация на потребности клиентов и инновационность, которые и определяют лидерство компании на рынке.

«Рестайлинг МТС — один из проектов, который мы реализовали в рамках новой стратегии компании, сфокусированной на инновациях и совершенствовании сервиса. Перед нами была поставлена сложная задача: освежить бренд, сохранив при этом его основные узнаваемые элементы. Благодаря слаженной работе команд агентства и маркетинга МТС нам удалось придать уже привычному символу и образу компании новый смысл, сделав логотип и стиль более актуальным по графике и более свободным по композиции, что обеспечило бренду большую узнаваемость и усилило эффект присутствия в рекламном пространстве», — отметил вице-президент группы МТС по маркетингу В. Лацанич

3. " «Мы очень уважаем Rebrand за те высокие требования, которые они предъявляют к участникам, а тем более к победителям. Он выделяется на фоне других брендинговых "конкурсов красоты". Жюри Rebrand оценивает в первую очередь профессио нализм работы, то насколько решение соответствует поставленной задаче. Мы гордимся тем, что за два года получаем уже третью награду в этом конкурсе», — заявил творческий директор BBDO Branding М. Губергриц

1.

Можно привести другой, не менее любопытный пример из практики бренда Riston, являющегося одним из лидеров чайного рынка России. Торговая марка Riston присутствует на чайном рынке России 14 лет и является одним из лидеров массового сегмента качественных чаев. Под маркой Riston выпускаются разные виды черного, зеленого и фруктового чая, пакетированного и рассыпного. Ядро целевой аудитории бренда Riston — городские жители, образованные, активные. Они внимательно выбирают чай для себя и своей семьи, ценят и любят классику.

Этот бренд обновил позиционирование и провел рестайлинг упаковки. Обновляя дизайн, владелец постарался сделать упаковку менее строгой, а бренд — более заметным (рис. 3.6 и 3.7). Упаковка стала более стильной и легкой для восприятия, в ней появилась удобная навигация по чайным вкусам, при этом сохранилась преемственность узнаваемого дизайна Riston."

Тема лекционного занятия - Тема 4.1. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества

Цель занятия:

- Изучить понятие марочного капитала и его составляющие.
- Научиться оценивать преимущества марочного капитала для бизнеса.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие марочного капитала и его роль в бизнесе	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Компоненты марочного капитала: узнаваемость, лояльность, воспринимаемое качество	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Как бренд создает ценность для потребителя	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Роль марочного капитала в увеличении прибыли	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Как марочный капитал влияет на рыночную стоимость компании	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Узнаваемость бренда: как сделать бренд узнаваемым	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.

Текст лекции
Тактики качественного исследования
" Показатель узнаваемости является одним из ключевых маркетинговых показателей, поскольку узнавание влияет на количество совершаемых покупок. Чтобы понять, какой

вклад вносит каждый из видов нематериальных активов в стоимость компании, необходимо оценить их стоимость.

В 1950-е гг. Дэвид Огилви предложил использовать понятие «бренд-имидж». В 1980-е гг. крупные предприниматели проследили, что бренды продаются и покупаются за огромные деньги. Разницу между оценкой бренда, проводимой для включения в бухгалтерский баланс, и ценой, которую покупатель готов заплатить за бренд, стали все чаще относить на счет «ценности брендов». Бренд перестал быть абстракцией и превратился во вполне конкретный объект, обладающий реальной ценностью для его владельцев. Это переосмысление значения бренда выразилось в том, что традиционный термин «имидж бренда» все чаще стали заменять финансовым эквивалентом «капитал бренда».

Первым понятие «капитал бренда» раскрыл Дэвид А. Аакер. В соответствии с его определением, капитал бренда — это совокупность активов и обязательств, связанных с брендом, его названием и символом, которые наращивают или ослабляют ценность, предоставляемую товаром и услугой компании и (или) ее потребителям. Активы и обязательства, на которых строится капитал бренда можно сгруппировать в пять категорий: лояльность к бренду, осведомленность о нем, воспринимаемое качество, вызываемые ассоциации, другие фирменные активы (патенты, отношения в каналах дистрибуции и т. д.).

В 1996 г. Пол Фелдвик обозначил следующие составля ющие капитала бренда :

— общая ценность бренда как обособленного актива, который можно включить в баланс компании (brand value — ценность бренда; именно эту концепцию называют оценкой бренда);

— степень привязанности потребителей к бренду (brand strength — сила бренда; она же лояльность к бренду);"

" — совокупность впечатлений и ассоциаций потребителя, вызываемых брендом (brand description, или brand image, — описание бренда, или имидж бренда).

Достаточно сложно выделить ту часть стоимости, которую создает отдельный нематериальный актив также сложно определить, участвует ли нематериальный актив (или активы) в создании этой стоимости.

Создание и функционирование на рынке бренда преду сматривает получение следующих преимуществ.

1. Более высокий уровень цен. Потребители уверены, что наличие бренда обеспечивает качество продукции, свидетельствует о ее уникальных характеристиках, а значит, компании могут назначать премию на цену товара. Согласно исследованиям английского экономиста С. Бродбента, средняя ценовая премия на ведущие марки продовольственных товаров составляет до 40 % от цен на товары под частными марками розничных торговцев

1. Кроме того, спрос на брендированный товар характеризуется более низкой эластичностью по цене. Покупатели готовы платить за гарантии и уникальные свойства брендированного товара, даже если его цена повышается.

2. Бо`льший объем продаж. Многие известные компании не повышают цены на брендированную продукцию, а работают «на масштабе». Так, репутация брендов McDonald’s, Ford позволяют компаниям реализовывать значительный объем товаров, по сравнению с менее сильными марками.

3. Исследование 2600 компаний мира показало, что средняя норма возврата инвестиций брендами, которым принадлежит не менее 40 % рынка, в три раза превышает этот показатель для товаров, доля рынка которых не превышает 10 %. При этом средняя рентабельность продаж лидирующей в отрасли марки составляет примерно 18 %, марки номер два — всего 3 %, остальные марки оказались убыточны

2.

Дальнейшему росту доли рынка и проникновению на новые рынки способствует стратегия расширения товарных линий (создания новых продуктов под одним и тем же брендом) и расширения семейств брендов (выведения на рынок новых торговых марок).

4. Снижение издержек. Расходы на единицу брендированного товара значительно ниже, чем у его небрендового конкурента. Снижение переменных издержек достигается за счет высо-

кой покупательной способности марки-лидера, а постоянных и условно-постоянных издержек — за счет эффекта масштаба."

" 5. Повышение интенсивности использования активов. Эффект масштаба позволяет снизить расходы на основной и оборотный капитал, поскольку происходит более быстрый оборот готовой продукции и запасов, практически отсутствует простой оборудования. Сильные бренды позволяют компаниям диктовать условия дистрибьюторам, поскольку спрос на брендированные товары высок.

Сферу использования оценки стоимости бренда можно подразделить на две области:

1) финансовая, которая включает в себя: планирование слияний и поглощений, налоговое планирование, бухгалтерский учет и отчетность, лицензирование и франчайзинг, обеспечение заимствований, отношения с инвесторами;

2) нефинансовая, которая включает в себя: управление брендом, формирование портфеля брендов, стратегическое маркетинговое планирование, внутренние коммуникации, составление маркетингового бюджета, правовые документы.

Следует отметить, что область эффективного брендинга достаточно ограничена (табл. 9.1).

Тема лекционного занятия - Тема 4.2. Проблемы оценки стоимости бренда

Цель занятия:

- Изучить методы оценки стоимости бренда.
- Разобрать ключевые проблемы и сложности в оценке.

Структура лекционного занятия:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методы оценки стоимости бренда: финансовые, рыночные, потребительские	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Проблемы финансовой оценки: субъективность, сложность расчетов	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Проблемы рыночной оценки: отсутствие стандартов, изменчивость рынка	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Проблемы потребительской оценки: сложность измерения эмоций	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Роль бренд-активов в оценке стоимости	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Роль бренд-лояльности в оценке стоимости	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Текст лекции

" Крупнейшие мировые производители, экономические гиганты, выросшие в эпоху глобализации, активно используют брендтехнологии для расширения бизнеса и увеличения прибыли. Ведущие исследователи мировой экономики соглашаются, что увеличение доли доходов, приносимой компаниям их нематериальными активами, можно считать одной из основных характерных черт современного бизнеса в инновационной экономике. «В среднем только около 30 % рыночной стоимости компании отражается в балансе, все остальное приходится на

нематериальные активы: ноу-хау, авторские права… и самый важный нематериальный актив — бренд»

1. В качестве примера здесь весьма уместно будет упомянуть тот факт, что в 2011 г. сеть кофеен, работающих под брендом «Кофе Хауз», заложила свой товарный знак банку Barclays и эксперты оценивают стоимость бренда кофейной сети в 900 млн руб.

2

Однако большинство российских компаний, профессио нально занимающихся брендингом, не пытались оценить собственный бренд, понять, какую роль он играет в общей стоимости компании. Данный факт лишний раз свидетельствует о том, что бренд попрежнему не воспринимается отечественным производителем как ценный нематериальный актив, который можно наращивать и при покупке крупных предприятий, занимающих лидирующее положение на рынке, стоимость бренда не входит в общую цену. Одной из причин сложившейся ситуации является тот факт, что большинство предприятий отечественного бизнеса не предоставляют открытой финансовой информации.

В целом, с точки зрения автора, попытки оценить российские бренды носят разрозненный характер, так как большинство предприятий отечественного бизнеса не предоставляют открытой финансовой информации. Следовательно, об увеличении марочного"

" капитала как стратегии бренд-менеджмента в России говорить пока не приходится.

Для преодоления этой негативной тенденции компания Interbrand Zintzmeyer & Lux, дочерняя структура Interbrand Group Ltd, составляет рейтинг самых дорогих российских брендов (табл. 9.13). «Российский рейтинг — публичный инструмент, который позволит компаниям подругому относиться к управлению брендом. Если раньше им казалось, что бренд — это трата, то рейтинг им покажет, что это — инвестиция. И подразделения, которые занимаются управлением этого актива, не затратные, а зарабатывающие. Можно надеется, что рейтинг будет ежегодным. Самая большая ценность рейтинга заключается не в цифре, которая указывает на стоимость бренда, а в динамике развития бренда», — полагает И. Соловьева, управляющий директор Interbrand Zintzmeyer & Lux

1.

В целом, по мнению составителей рейтинга, кризис оказался серьезной проверкой: он выявил по-настоящему сильные бренды и расчистил путь для самых смелых, кто не побоялся наращивать инвестиции в бренд и выиграл от этого. МТС вырвался вперед, впервые отвоевав у «Билайна» первую позицию. 14 брендов из прошлого рейтинга не попали в настоящий — их место заняли 10 новичков и четыре бренда, ранее фигурировавших в предыдущих рейтингах. Банк Москвы (30,4 %), не предпринимавший в последние два года видимых усилий по развитию своего бренда, не сумел предотвратить его стагнацию и сохранить стоимость.

Альфа-Банку (20,9 %) за последние два года не удалось удержать репутацию инновационного лидера в банковской рознице, что привело к снижению силы бренда. «Домик в деревне» (20,4 %), по-видимому, перестал быть приоритетным брендом в портфеле «Вимм-Билль-Данна»: основные ресурсы и усилия материнская компания перераспределяет в пользу иных брендов. ВТБ (+ 35,5 %) и Сбербанк (+ 47,3 %) добились серьезного увеличения стоимости своих брендов благодаря расширению инвестиций в маркетинг и существенному увеличению фактора доверия в пору кризиса. Еще одним победителем стал «Связной» (+ 30,9 %), инвестиции которого в улучшение розничной сети позволили компании значительно опередить конкурентов.

Анализируя данный рейтинг, особо хотелось заметить методику составления вышеприведенного рейтинга. В качестве отправной точки был составлен перечень наиболее ярких и значимых отечественных брендов, созданных на территории России и для России. Над составлением данного списка работал экспертный совет из владельцев и топ-менеджеров крупнейших российских компаний, журналистов, руководителей общественных организаций. В качестве "

партнера для работы над проектом выбрали Ассоциацию Менеджеров России как одну из наиболее значимых площадок, на которых ведущие представители российского бизнеса обмениваются мнениями. Участие такого большого количества экспертов помогло составить за-

служивающий доверия список, состоящий из 260 брендов. Из этого числа были исключены народные промыслы: абсолютно непонятно, кому они на данный момент принадлежат. Поскольку методика для мирового и российского рейтинга едина, не стали оценивать материнские компании. Поэтому из рейтинга ушли названные экспертами «АвтоВАЗ» и «Калина». Также, согласно методике, убрали авиакомпании: слишком сложно определить реальное влияние бренда на их успехи. Оставшиеся 160 претендентов прошли через «фильтры отсечения» — своего рода поправки на локальность рейтинга.

Фильтр первый — география продаж. Чтобы попасть в мировой рейтинг, около трети выручки торговая марка должна получать за пределами своей страны. Чтобы попасть в российский рейтинг, марка должна быть федеральной: присутствовать и продаваться и в Москве, и в Сибири, и на Урале.

Фильтр второй — участие государства. Этот фильтр должен был компенсировать фаворитизм государства по отношению к своим «детищам». Понятно, что в таких случаях не бренд, а совсем другие рычаги позволяют компаниям быть лидерами. Доля государства в уставном капитале — свыше 50 % — была компенсирована самым низким показателем роли бренда.

Фильтр третий — ценность бренда. Пропуском в мировую бренд-элиту является планка в 1 млрд долл. Для России опытным путем вывели минимум — 7 млн долл. Этот фильтр не позволил получить на выходе столь желанное количество брендов-лидеров — 50. После сорокового бренда, оцененного в 7 млн долл., случился «провал» до отметки менее 1 млн долл. Соотношение между ценностью бренда у последней десятки претендентов и стоимостью других активов оказалось столь мизерным, что определение ценного бренда к ним не применимо. Поэтому вместо топ-50 появились топ-40 самых ценных российских брендов. После этого, как и в мировом рейтинге, были отсечены компании, не имеющие открытой финансовой и маркетинговой информации. Это стало самым сложным препятствием для большого числа любимых всеми брендов. Более того, из-за своей закрытости из рейтинга выпали целые категории и индустрии. Важно отметить, что при составлении рейтинга команда не запрашивала данные у самих компаний-претендентов. Все находились в равных условиях. Далее к российским брендам была применена методика, используемая при составлении мирового рейтинга «самых-самых» торговых марок.

" Interbrand оценивает стоимость торговой марки во многом так же, как аналитики оценивают стоимость других активов, — основываясь на прогнозе. Прогноз прибыли дисконтируется к текущей стоимости с учетом вероятности его оправдания. Во-первых, вычисляется, какую именно долю доходов компания получает за счет бренда. Для этого составляется пятилетний прогноз объемов выручки и продаж бренда, вычитаются операционные расходы, налоги и затраты на привлеченный капитал. В результате получается доход от нематериальных активов. Из него вычитается доход от таких нематериальных активов, как патенты и эффективность менеджмента. Остается доля доходов, получаемая за счет собственно бренда. Во-вторых, оценивается сила бренда, чтобы определить профиль риска для прогноза прибыли. При этом учитываются: собственное лидерство на рынке, положение по отношению к конкурентам, стабильность и способность бренда преодолевать географические границы и культурные барьеры. Критерий «сила бренда» дает еще одну поправку, которая вносится в прогноз доходов, чтобы вычислить чистую текущую стоимость бренда

1.

Несколько лет назад в рейтинг включалось только 40 российских брендов, а уже с начала 2010 г. агентство MPP Consulting запустило полномасштабный проект оценки нацио нальных брендов, в рамках которого первым рейтингом брендов стал рейтинг «Ру. Бренд-2010 — ТОП-100 российских брендов», главной задачей которого было определить 100 самых дорогих российских брендов, а также их реальную рыночную стоимость, основываясь на показателях финансовой деятельности компаний, использующих рассматриваемые бренды (торговые марки), а также позициях каждой компании на рынке и перспективах развития как компаний таких брендов. В рейтинг вошли только бренды, созданные в России или для российских товаров (услуг), несмотря на то, насколько в дальнейшем они стали известны внутри страны или на мировых рынках.

Географическая принадлежность брендов к России была основным критерием для отбора брендов, которые оценивались при составлении рейтинга. Таким образом, «Ру.Бренд-2010» является рейтингом нацио нальных брендов России и дает представление о реальной стоимости каждого из самых популярных российских брендов

2.

Несмотря на проблемы последних двух лет, отмечают эксперты, бесспорным остается тот факт, что роль брендов в жизни людей попрежнему высока. Бренды, их способность влиять на выбор, создавать доверие и лояльность и увеличивать ценовую премию, важны сейчас как никогда. Рассматривая ситуацию в России в контексте"

.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.1. Основные модели брендинга и их характеристика

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. История становления брендинга: от отличительных знаков до современных концепций.
2. Классическая модель Аакера: основные элементы и принципы.
3. Модель Келлера (Customer-Based Brand Equity): структура и практическое применение.
4. Модель «Бренд-идентичность против бренд-образа» (Kapferer): анализ расхождений.
5. Модель бренд-личности (Brand Personality Framework) и её роль в продвижении.
6. Концепция Brand DNA: как найти «генетический» код бренда.
7. RIES & TROUT: позиционирование как основа брендинга.
8. Архетипическая модель бренда (М. Маркетинг, К. Пирсон) и её практическое значение.
9. Кросс-культурные аспекты моделей брендинга (влияние национальных особенностей).
10. Модель 4D бренда (Product, Price, Place, Promotion): связь с классическим маркетинг-миксом.
11. Брендинг 2.0: цифровые модели и концепции в эпоху интернета.
12. Модель «Воронки бренда» (Brand Funnel): этапы формирования лояльности.
13. Модель «Усиленного бренда» (Enhanced Brand) в условиях гиперконкуренции.
14. Бренд-экосистема (Brand Ecosystem): объединение партнёров, пользователей и инфлюенсеров.
15. Сравнение B2C и B2B моделей брендинга: сходство и различия.
16. Модель «лидерство/преимущество»: как бренды закрепляются в топ-сегменте.
17. Брендинг как часть корпоративной культуры: синергия модели «внутреннего» и «внешнего» бренда.
18. Customer Journey Mapping и его влияние на формирование бренд-модели.
19. Коммуникационная модель бренда: формирование комплексного медиа-микса.
20. Многомерные модели бренда: эмоции, функциональные выгоды, ценности.
21. Модель Brand Engagement: вовлечение клиентов в процессы создания бренда.
22. Вертикально интегрированная модель брендинга (производитель – дистрибьютор – ритейл).
23. Инновационные бренды: специфические модели и стратегии.
24. Модель «Жизненный цикл бренда» (Brand Life Cycle) и стратегии его развития.
25. Этическая модель брендинга: принципы ESG и устойчивого развития.
26. Франчайзинговый брендинг: особенности построения и масштабирования.
27. Omni-branding: единый бренд-опыт в офлайн и онлайн пространствах.
28. Модель «Human-Centered Branding»: акцент на человеческий фактор и эмпатию.
29. Brand as a Platform (BaaP): как бренды становятся платформами для внешних сервисов.
30. Перспективы эволюции бренд-моделей в контексте технологических инноваций (AI, VR, AR).

Тема практического занятия 1.2. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. Коммерческий бренд: понятие и отличие от некоммерческих брендов.
2. Составляющие успеха коммерческих брендов на глобальных рынках.
3. «Made in»: влияние маркировки страны производства на восприятие бренда.
4. Образы стран (country image) и их влияние на экспортный потенциал.
5. Сравнение национальных программ брендинга: «Brand USA», «Incredible India», «Visit Britain» и др.
6. Тенденции и проблемы создания бренда страны (nation branding): анализ кейсов.
7. Изменение образа страны в условиях геополитических кризисов: воздействие на коммерческие бренды.
8. Cultural branding: как культурное наследие влияет на уникальность бренда.
9. Роль туризма в продвижении странового бренда и коммерческих компаний внутри страны.
10. Концепция «Soft Power» и её связь со страновым брендингом.
11. Кейс «Японский бренд» (Japan Brand): инновации, качество, традиции.
12. Бренды «Скандинавии»: особенности позиционирования и имиджа «качества жизни».
13. «Модные столицы» (Париж, Милан) как драйверы бренд-имиджа для fashion-индустрии.
14. Роль мегаполисов (Нью-Йорк, Лондон, Шанхай) в формировании коммерческих брендов.
15. Региональный брендинг: сравнение подходов к продвижению локальных продуктов (пармская ветчина, шампанское и т.д.).
16. Современные вызовы страновому брендингу: устойчивость, экология, социальная ответственность.
17. Двойной брендинг: бренд компании + бренд страны (например, Bosch + Germany).
18. SWOT-анализ для выявления сильных и слабых сторон страновых брендов.
19. Проблемы репутационных скандалов (допинговые, экологические) и их влияние на страновой бренд.
20. Эффект «country-of-origin» (COO) на принятие решения о покупке.
21. Бренды от развивающихся стран: рост присутствия на мировой арене (Huawei, Xiaomi и др.).
22. Глобальные vs. локальные стратегии для коммерческих брендов на разных рынках.
23. Слияния и поглощения: влияние смены «страны происхождения» на бренд.
24. Национальные символы в коммерческом брендинге (флаги, гербы, культурные образы).
25. Формирование эмоциональной связи: использование патриотизма в продвижении.
26. Кейс-исследование корейских брендов (Samsung, LG): переход от OEM к самостоятельным именам.
27. Понятие «ценности бренда страны» (country brand equity) и пути её наращивания.
28. Маркетинг территорий: брендинг городов и регионов (city branding).
29. Кросс-культурные исследования: конфликт восприятия бренда в разных культурах.
30. Перспективы развития странового брендинга в условиях глобальной цифровизации.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1. Маркетинговые исследования бренда**.**

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. Роль маркетинговых исследований на этапе создания бренда: первичная аналитика.
2. Ключевые методы (качественные и количественные) для исследования бренда.
3. Проводим бренд-аудит: оценка текущих активов и позиционирования.
4. Фокус-группы: как выявить глубинные инсайты о бренде.
5. Анкетирование и опросы: особенности дизайна опросников для бренд-тематики.
6. Mystery shopping: проверка реального восприятия бренда в точках продаж.
7. Этнографические исследования: изучение контекста использования продукта/бренда.

8. Онлайн-исследования: веб-аналитика, опросы, «social listening».
9. Трекерные исследования (Brand Tracking): мониторинг динамики узнаваемости и лояльности.
10. Анализ тональности (sentiment analysis) в социальных сетях: инструменты и методы.
11. RFM-анализ в изучении поведения покупателей и лояльности к бренду.
12. Методы A/B-тестирования рекламных и бренд-материалов.
13. Сегментные исследования: выявление различных групп в аудитории бренда.
14. Методы conjoint-анализа для определения предпочтений по атрибутам бренда.
15. Экспертные опросы и Delphy method: прогнозирование развития бренда.
16. Big data и искусственный интеллект в исследовании бренда (предиктивные модели).
17. Психографические исследования: как понять ценности потребителей бренда.
18. Статистическая обработка данных: ключевые метрики в бренд-исследованиях.
19. Методы картирования восприятия (perceptual mapping): выявление позиций бренда.
20. Customer Journey Mapping и его роль в понимании точек контакта с брендом.
21. SWOT-анализ применительно к бренду: системная оценка внутренних и внешних факторов.
22. Оценка эффективности коммуникаций: Brand Awareness, Brand Recall, Purchase Intent.
23. Методы качественного анализа отзывов о бренде (глубинные интервью, контент-анализ).
24. Tracking «голоса клиента» (VoC): сбор обратной связи в разных каналах.
25. Исследования конкурентного окружения: сравнительный анализ брендов.
26. Интернет-панели и социологические опросы для масштабного мониторинга рынка.
27. Валидность и надёжность данных: как избежать искажений при исследовании бренда.
28. Прогнозные модели развития бренда: регрессионный, трендовый и сценарный анализ.
29. Использование Net Promoter Score (NPS) для оценки лояльности к бренду.
30. Практические кейсы: как маркетинговые исследования изменили стратегию бренда (успешные и неудачные примеры).

Тема практического занятия 2.2. Маркетинговые исследования имиджа бренда**.**
Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. Понятие имиджа бренда: отличия от идентичности и репутации.
2. Механизмы формирования имиджа в сознании потребителей.
3. Методы измерения эмоциональных ассоциаций, связанных с брендом.
4. Проективные методики (фотосорт, картинки, ассоциативные игры) в изучении имиджа.
5. Оценка визуальных элементов бренда (логотип, цвета) через опросы и эксперименты.
6. Социальные сети как «зеркало» имиджа бренда: анализ user-generated content.
7. Сравнение имиджа и реального опыта потребителей: выявление «пробелов» (image gap).
8. Имидж конкурентов: методы бенчмаркинга и сравнительной аналитики.
9. Кросскультурные особенности восприятия имиджа бренда на глобальном рынке.
10. Имидж-исследование через призму брендов-«икон» (Apple, Nike, Starbucks).
11. Психологические теории (гештальт, ассоциативные сети) в понимании имиджа бренда.
12. Роль СМИ и лидеров мнений (инфлюенсеров) в формировании имиджа.
13. Оценка имиджа у внутренних стейкхолдеров (сотрудников) и его влияние на внешний образ.
14. Роль PR-мероприятий и событий (event marketing) в укреплении имиджа.
15. Системы мониторинга упоминаний в реальном времени: выявление негативных сигналов.
16. Методы скоринга имиджа (brand image scorecards) и периодическое трекинг-исследование.
17. Основные индикаторы для оценки успеха имиджа: знание, интерес, доверие.

18. Кейс: как кризисная ситуация может повлиять на имидж и какие исследования помогают выявить последствия.
19. Сравнение имиджа в разных сегментах потребителей (поколения X, Y, Z).
20. Сезонные и трендовые факторы изменения имиджа бренда.
21. Метод контент-анализа СМИ и форумов для оценки ключевых характеристик имиджа.
22. Экспресс-методы исследования имиджа на массовых мероприятиях (с использованием анкет и опросников).
23. Понятие «ценностной аутентичности бренда» и её влияние на имидж.
24. Пользовательские отзывы (review marketing) как фактор формирования имиджа.
25. Управление эмоциями клиентов: как бренд-имидж влияет на удовлетворённость.
26. Кейс: бренд-амбассадоры и изменения восприятия бренда (успешные примеры VS скандалы).
27. Data mining в изучении имиджа: анализ больших массивов отзывов и соцсетей.
28. Методы нейромаркетинга (eye-tracking, EEG) в изучении глубинного восприятия бренда.
29. Создание эмоциональных карт (emotion maps) для отражения имиджа бренда.
30. Меры по усилению позитивного имиджа и нейтрализации негативных факторов на основе проведённых исследований.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3.1. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге**.**

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. Сущность психографического сегментирования: интересы, ценности, стиль жизни.
2. Преимущества психографического подхода над классической демографией.
3. VALS2 (Values and Lifestyles) и другие модели психографических сегментаций.
4. Особенности выбора креативных решений для разных психографических сегментов.
5. Технологии big data в определении поведенческих паттернов потребителей.
6. Использование психографического портрета аудитории в разработке бренд-стратегии.
7. Поведенческое сегментирование: критерии (частота покупок, лояльность, сценарии использования).
8. Сегментация на основе покупательского пути (customer journey): от интереса к повторным покупкам.
9. Методы сбора данных для психографического сегментирования (опросы, фокус-группы, социальные сети).
10. Кейс: как бренд успешно адаптировал коммуникацию под конкретный психографический сегмент.
11. Маркетинг персон (buyer personas): практический инструмент детализации сегментов.
12. Роль эмоциональных факторов в сегментации: как бренды вызывают отклик у разных групп.
13. Многомерные сегментационные модели: объединение демографических, психографических и поведенческих признаков.
14. Психографика в B2B-брендинге: роль личностных ценностей и факторов риска.
15. Уровень вовлечённости (high involvement vs. low involvement) и его влияние на бренд-коммуникации.
16. Тренды и субкультуры: как бренды взаимодействуют с динамичными психографическими группами.
17. Сегментирование «по выгодам»: фокус на функции, эмоции или статус.
18. Сбор digital-следа (cookies, поведение онлайн) для построения поведенческих сегментов.
19. Сопоставление психографики и нейромаркетинга: когда нужны более глубинные исследования.

20. Сегменты early adopters: как бренд может привлечь инновационных пользователей.
21. Клиентские сообщества и их роль в определении психографических паттернов.
22. Лояльные vs. нелояльные группы: особенности взаимодействия с каждым сегментом.
23. Микросегментация: выделение гиперузких групп для таргетированных кампаний.
24. Психографические различия поколений (Baby Boomers, Gen X, Millennials, Gen Z).
25. Создание матриц сообщений для разных сегментов (message matrix).
26. Agile-подходы к сегментации: быстрые спринты и регулярное обновление портретов.
27. Сегментация с учётом социально-психологических факторов (мода, влияние окружения).
28. Сложности в обработке больших массивов данных и способы их преодоления.
29. Кейс: неудачные попытки сегментировать аудиторию и уроки для бренда.
30. Перспективы гибридных моделей сегментации и их роль в будущей эре персонализации.

Тема практического занятия 3.2. Способы корректировки существующего бренда**.**
Форма практического задания: презентация доклада.
Темы докладов

1. Понятие репозиционирования: когда оно необходимо и каковы риски.
2. Обновление визуальной айдентики: лого, фирменный стиль, цветовая гамма.
3. Изменение имиджа с учётом новых тенденций (eco-friendly, inclusive).
4. Ребрендинг vs. рестайлинг: в чём различия и когда что применять.
5. Диагностика проблемы: как понять, что бренд нуждается в корректировке.
6. Изменение ключевых месседжей в коммуникациях (слоган, tone of voice).
7. «Омоложение» бренда для привлечения более молодой аудитории.
8. Бренд-архитектура: реорганизация суббрендов и продуктовых линеек.
9. Использование фокус-групп и тестовых запусков для проверки новых концепций.
10. Переориентация на новые рынки или сегменты: адаптация предложения.
11. Изменение ценовой политики как часть корректировки бренда.
12. Пример успешного репозиционирования (LEGO, Nike, Gucci) и факторы успеха.
13. Провальные кейсы корректировки бренда (New Coke, GAP) и уроки, которые можно извлечь.
14. Внутренние коммуникации и роль сотрудников при переменах в бренде.
15. Правовые аспекты и риски (торговые марки, патенты, авторские права) при смене бренда.
16. Каналы информирования аудитории о корректировке (PR, соцсети, личные письма).
17. Баланс между старой и новой аудиторией: как сохранить лояльных потребителей.
18. Выбор нужного момента для изменения бренда (сезонность, кризис, рост рынка).
19. Распределение бюджета: на что тратить в первую очередь при корректировке.
20. Эмоциональные аспекты: как сгладить реакцию фанатов «старого бренда».
21. Создание новой легенды или истории бренда (storytelling) для усиления эффекта изменений.
22. Постепенная эволюция vs. резкий поворот: выбор стратегии изменения.
23. Influencer-маркетинг и коллаборации при запуске новой версии бренда.
24. Оценка результатов после корректировки: ключевые метрики и временной горизонт.
25. Подход «очищения» бренда от негативного прошлого (реакция на репутационные скандалы).
26. Технологическая модернизация: цифровые платформы и сервисы в новом бренде.
27. Локализация и глобализация: корректировка для разных региональных рынков.
28. Кризис-менеджмент: смена названия и айдентики после громких скандалов.
29. Органическое обновление: постепенное внедрение новых элементов без резкого перехода.
30. Перспективы будущего бренда: как поддерживать динамику изменений и не терять актуальность.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия 4.1. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества**.**

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. Понятие «бренд-капитал» (Brand Equity): эволюция и ключевые определения.
2. Подход Дэвида Аакера к структуре бренд-капитала (узнаваемость, лояльность, воспринимаемое качество и т.п.).
3. Концепция Келлера (Customer-Based Brand Equity) и её компоненты.
4. Роль бренд-ассоциаций (brand associations) в формировании капитала.
5. Влияние бренда на ценовое премирование (price premium) и маржинальность.
6. Преимущества высокого бренд-капитала: рыночная сила, меньшая эластичность спроса.
7. Методы измерения: BrandZ, Interbrand, Brand Finance и др.
8. Связь бренд-капитала с финансовыми показателями компании.
9. Формирование доверия и лояльности как ключевой элемент бренд-капитала.
10. Как коммуникации (реклама, PR, мерчендайзинг) влияют на рост бренд-капитала.
11. Роль ментальных/эмоциональных составляющих (brand personality) в капитализации бренда.
12. «Сарафанное радио» (WOM) как драйвер бренд-капитала.
13. Цикл жизни бренда и динамика изменения его капитала.
14. Спортивные и celebrity-бренды: особенности формирования капитала.
15. Co-branding и стратегические альянсы: влияние на общее значение Brand Equity.
16. Частные марки (private labels) сетей ритейла: потенциал роста бренд-капитала.
17. Связь внутреннего брендинга и корпоративной культуры с внешним бренд-капиталом.
18. Кейс: «кошка Шредингера» бренд-капитала — почему некоторые бренды не оправдывают ожиданий.
19. UGC (User-Generated Content) как фактор укрепления (или подрыва) бренд-капитала.
20. Бренд-капитал и мультибрендовая стратегия холдинга (House of Brands vs. Branded House).
21. Brand Communities: объединение фанатов как актив для долгосрочного капиталовложения в бренд.
22. Управление переживаниями клиентов (customer experience management) для укрепления капитала.
23. Использование исторического наследия (heritage brand) и традиций для поддержания ценности.
24. Поддержка со стороны общества (соцпроекты, благотворительность) и влияние на доверие к бренду.
25. Brand Equity в B2B-секторе: специфика формирования через отношения с ключевыми клиентами.
26. Роль кризисных ситуаций в быстром падении/росте бренд-капитала (антикризисный менеджмент).
27. Имитация vs. оригинал: как подделки и «серый рынок» влияют на ценность бренда.
28. Трансформация и «омоложение» бренда для поддержания высокого Brand Equity.
29. Соотношение понятий «имидж бренда» и «бренд-капитал» — взаимное влияние и различия.
30. Будущее бренд-капитала: влияние цифровизации, AI и изменения поведения потребителей.

Тема практического занятия 4.2. Проблемы оценки стоимости бренда**.**

Форма практического задания: презентация доклада.

Темы докладов

1. Отличие понятий «стоимость бренда» и «капитал бренда»: что именно оцениваем?
2. Обзор основных методик оценки бренда (Interbrand, Brand Finance, Millward Brown и др.).
3. Финансово-ориентированные подходы (royalty relief, excess earnings, discounted cash flow).
4. Роль бухгалтерского учёта и МСФО (IFRS) в признании нематериальных активов.
5. Проблема субъективности в оценке бренда: насколько точны методы?
6. Человеческий фактор: зависимость стоимости бренда от восприятия менеджмента и аудитории.
7. Кросс-культурные аспекты: как стоимость бренда варьируется на разных рынках.
8. Влияние экономических кризисов и политической нестабильности на итоговую оценку.
9. Изменения конъюнктуры потребительских предпочтений и последствия для стоимости бренда.
10. Трудности в оценке быстрорастущих стартапов и digital-брендов.
11. Методология BrandZ и фокус на восприятии потребителей.
12. Интеграция показателей лояльности (NPS) и репутации в оценку стоимости бренда.
13. Социальные медиа и онлайн-репутация: как она влияет на финансовый показатель бренда.
14. Влияние портфельного эффекта: когда бренд оценивается в контексте группы/холдинга.
15. Сезонность и «модность» трендов: краткосрочные пики и долгосрочная ценность.
16. Процесс due diligence при покупке компании с сильным брендом: как определить справедливую стоимость.
17. Оценка локальных брендов на развивающихся рынках: нюансы и риски.
18. Проблемы «ожиданий рынка» и реальных финансовых показателей.
19. Новые бизнес-модели (marketplace, sharing economy) и сложность оценки их брендов.
20. «Звёздные» лица и инфлюенсеры: как учитывается человеческий капитал в стоимости бренда.
21. Применение патентной системы и авторских прав для точной фиксации стоимости.
22. Сложности оценки уровня инновационности бренда (R&D, патенты) в денежном эквиваленте.
23. Разница между внутренней (managerial) и внешней (рыночной) оценкой стоимости.
24. Учёт риска «бренд-эрозии» при расчёте дисконтированных денежных потоков.
25. Случаи, когда стоимость бренда оказалась завышенной (кейсы переоценённого IPO).
26. Роль антикризисных мер в сохранении стоимости бренда во время репутационных скандалов.
27. Brand licensing: как роялти (лицензионные платежи) позволяют косвенно оценить бренд.
28. Управленческие решения на основе оценки бренда (слияния, поглощения, вывод на IPO).
29. Модели прогнозирования изменения стоимости бренда на перспективу.
30. Философский вопрос: можно ли вообще точно оценить нематериальный актив — бренд?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Теоретические аспекты технологии брендинга	Подготовка доклада
Раздел 2. Маркетинговые исследования в брендинге	Подготовка доклада
Раздел 3. Подготовительная стадия брендинга	Подготовка доклада
Раздел 4. Марочный капитал	Подготовка доклада

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.

Перечень тем докладов:

1. История становления брендинга: от отличительных знаков до современных концепций.
2. Классическая модель Аакера: основные элементы и принципы.
3. Модель Келлера (Customer-Based Brand Equity): структура и практическое применение.
4. Модель «Бренд-идентичность против бренд-образа» (Kapferer): анализ расхождений.
5. Модель бренд-личности (Brand Personality Framework) и её роль в продвижении.
6. Концепция Brand DNA: как найти «генетический» код бренда.
7. RIES & TROUT: позиционирование как основа брендинга.
8. Архетипическая модель бренда (М. Маркетинг, К. Пирсон) и её практическое значение.
9. Кросс-культурные аспекты моделей брендинга (влияние национальных особенностей).
10. Модель 4D бренда (Product, Price, Place, Promotion): связь с классическим маркетинг-миксом.
11. Брендинг 2.0: цифровые модели и концепции в эпоху интернета.
12. Модель «Воронки бренда» (Brand Funnel): этапы формирования лояльности.
13. Модель «Усиленного бренда» (Enhanced Brand) в условиях гиперконкуренции.
14. Бренд-экосистема (Brand Ecosystem): объединение партнёров, пользователей и инфлюенсе-ров.
15. Сравнение B2C и B2B моделей брендинга: сходство и различия.
16. Модель «лидерство/преимущество»: как бренды закрепляются в топ-сегменте.
17. Брендинг как часть корпоративной культуры: синергия модели «внутреннего» и «внешнего» бренда.
18. Customer Journey Mapping и его влияние на формирование бренд-модели.
19. Коммуникационная модель бренда: формирование комплексного медиа-микса.
20. Многомерные модели бренда: эмоции, функциональные выгоды, ценности.
21. Модель Brand Engagement: вовлечение клиентов в процессы создания бренда.
22. Вертикально интегрированная модель брендинга (производитель – дистрибьютор – ритейл).
23. Инновационные бренды: специфические модели и стратегии.
24. Модель «Жизненный цикл бренда» (Brand Life Cycle) и стратегии его развития.
25. Этическая модель брендинга: принципы ESG и устойчивого развития.
26. Франчайзинговый брендинг: особенности построения и масштабирования.
27. Omni-branding: единый бренд-опыт в офлайн и онлайн пространствах.
28. Модель «Human-Centered Branding»: акцент на человеческий фактор и эмпатию.

29. Brand as a Platform (BaaP): как бренды становятся платформами для внешних сервисов.
30. Перспективы эволюции бренд-моделей в контексте технологических инноваций (AI, VR, AR).
31. Коммерческий бренд: понятие и отличие от некоммерческих брендов.
32. Составляющие успеха коммерческих брендов на глобальных рынках.
33. «Made in»: влияние маркировки страны производства на восприятие бренда.
34. Образы стран (country image) и их влияние на экспортный потенциал.
35. Сравнение национальных программ брендинга: «Brand USA», «Incredible India», «Visit Britain» и др.
36. Тенденции и проблемы создания бренда страны (nation branding): анализ кейсов.
37. Изменение образа страны в условиях геополитических кризисов: воздействие на коммерческие бренды.
38. Cultural branding: как культурное наследие влияет на уникальность бренда.
39. Роль туризма в продвижении странового бренда и коммерческих компаний внутри страны.
40. Концепция «Soft Power» и её связь со страновым брендингом.
41. Кейс «Японский бренд» (Japan Brand): инновации, качество, традиции.
42. Бренды «Скандинавии»: особенности позиционирования и имиджа «качества жизни».
43. «Модные столицы» (Париж, Милан) как драйверы бренд-имиджа для fashion-индустрии.
44. Роль мегаполисов (Нью-Йорк, Лондон, Шанхай) в формировании коммерческих брендов.
45. Региональный брендинг: сравнение подходов к продвижению локальных продуктов (пармская ветчина, шампанское и т.д.).
46. Современные вызовы страновому брендингу: устойчивость, экология, социальная ответственность.
47. Двойной брендинг: бренд компании + бренд страны (например, Bosch + Germany).
48. SWOT-анализ для выявления сильных и слабых сторон страновых брендов.
49. Проблемы репутационных скандалов (допинговые, экологические) и их влияние на страновой бренд.
50. Эффект «country-of-origin» (COO) на принятие решения о покупке.
51. Бренды от развивающихся стран: рост присутствия на мировой арене (Huawei, Xiaomi и др.).
52. Глобальные vs. локальные стратегии для коммерческих брендов на разных рынках.
53. Слияния и поглощения: влияние смены «страны происхождения» на бренд.
54. Национальные символы в коммерческом брендинге (флаги, гербы, культурные образы).
55. Формирование эмоциональной связи: использование патриотизма в продвижении.
56. Кейс-исследование корейских брендов (Samsung, LG): переход от OEM к самостоятельным именам.
57. Понятие «ценности бренда страны» (country brand equity) и пути её наращивания.
58. Маркетинг территорий: брендинг городов и регионов (city branding).
59. Кросс-культурные исследования: конфликт восприятия бренда в разных культурах.
60. Перспективы развития странового брендинга в условиях глобальной цифровизации.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.

Перечень тем докладов:

31. Роль маркетинговых исследований на этапе создания бренда: первичная аналитика.
32. Ключевые методы (качественные и количественные) для исследования бренда.
33. Проводим бренд-аудит: оценка текущих активов и позиционирования.
34. Фокус-группы: как выявить глубинные инсайты о бренде.
35. Анкетирование и опросы: особенности дизайна опросников для бренд-тематики.
36. Mystery shopping: проверка реального восприятия бренда в точках продаж.
37. Этнографические исследования: изучение контекста использования продукта/бренда.
38. Онлайн-исследования: веб-аналитика, опросы, «social listening».

39. Трекерные исследования (Brand Tracking): мониторинг динамики узнаваемости и лояльности.
40. Анализ тональности (sentiment analysis) в социальных сетях: инструменты и методы.
41. RFM-анализ в изучении поведения покупателей и лояльности к бренду.
42. Методы A/B-тестирования рекламных и бренд-материалов.
43. Сегментные исследования: выявление различных групп в аудитории бренда.
44. Методы conjoint-анализа для определения предпочтений по атрибутам бренда.
45. Экспертные опросы и Delphy method: прогнозирование развития бренда.
46. Big data и искусственный интеллект в исследовании бренда (предиктивные модели).
47. Психографические исследования: как понять ценности потребителей бренда.
48. Статистическая обработка данных: ключевые метрики в бренд-исследованиях.
49. Методы картирования восприятия (perceptual mapping): выявление позиций бренда.
50. Customer Journey Mapping и его роль в понимании точек контакта с брендом.
51. SWOT-анализ применительно к бренду: системная оценка внутренних и внешних факторов.
52. Оценка эффективности коммуникаций: Brand Awareness, Brand Recall, Purchase Intent.
53. Методы качественного анализа отзывов о бренде (глубинные интервью, контент-анализ).
54. Tracking «голоса клиента» (VoC): сбор обратной связи в разных каналах.
55. Исследования конкурентного окружения: сравнительный анализ брендов.
56. Интернет-панели и социологические опросы для масштабного мониторинга рынка.
57. Валидность и надёжность данных: как избежать искажений при исследовании бренда.
58. Прогнозные модели развития бренда: регрессионный, трендовый и сценарный анализ.
59. Использование Net Promoter Score (NPS) для оценки лояльности к бренду.
60. Практические кейсы: как маркетинговые исследования изменили стратегию бренда (успешные и неудачные примеры).

31. Понятие имиджа бренда: отличия от идентичности и репутации.
32. Механизмы формирования имиджа в сознании потребителей.
33. Методы измерения эмоциональных ассоциаций, связанных с брендом.
34. Проективные методики (фотосорт, картинки, ассоциативные игры) в изучении имиджа.
35. Оценка визуальных элементов бренда (логотип, цвета) через опросы и эксперименты.
36. Социальные сети как «зеркало» имиджа бренда: анализ user-generated content.
37. Сравнение имиджа и реального опыта потребителей: выявление «пробелов» (image gap).
38. Имидж конкурентов: методы бенчмаркинга и сравнительной аналитики.
39. Кросскультурные особенности восприятия имиджа бренда на глобальном рынке.
40. Имидж-исследование через призму брендов-«икон» (Apple, Nike, Starbucks).
41. Психологические теории (гештальт, ассоциативные сети) в понимании имиджа бренда.
42. Роль СМИ и лидеров мнений (инфлюенсеров) в формировании имиджа.
43. Оценка имиджа у внутренних стейкхолдеров (сотрудников) и его влияние на внешний образ.
44. Роль PR-мероприятий и событий (event marketing) в укреплении имиджа.
45. Системы мониторинга упоминаний в реальном времени: выявление негативных сигналов.
46. Методы скоринга имиджа (brand image scorecards) и периодическое трекинг-исследование.
47. Основные индикаторы для оценки успеха имиджа: знание, интерес, доверие.
48. Кейс: как кризисная ситуация может повлиять на имидж и какие исследования помогают выявить последствия.
49. Сравнение имиджа в разных сегментах потребителей (поколения X, Y, Z).
50. Сезонные и трендовые факторы изменения имиджа бренда.
51. Метод контент-анализа СМИ и форумов для оценки ключевых характеристик имиджа.
52. Экспресс-методы исследования имиджа на массовых мероприятиях (с использованием анкет и опросников).

53. Понятие «ценностной аутентичности бренда» и её влияние на имидж.
54. Пользовательские отзывы (review marketing) как фактор формирования имиджа.
55. Управление эмоциями клиентов: как бренд-имидж влияет на удовлетворённость.
56. Кейс: бренд-амбассадоры и изменения восприятия бренда (успешные примеры VS скандалы).
57. Data mining в изучении имиджа: анализ больших массивов отзывов и соцсетей.
58. Методы нейромаркетинга (eye-tracking, EEG) в изучении глубинного восприятия бренда.
59. Создание эмоциональных карт (emotion maps) для отражения имиджа бренда.
60. Меры по усилению позитивного имиджа и нейтрализации негативных факторов на основе проведённых исследований.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.

Перечень тем докладов:

31. Сущность психографического сегментирования: интересы, ценности, стиль жизни.
32. Преимущества психографического подхода над классической демографией.
33. VALS2 (Values and Lifestyles) и другие модели психографических сегментаций.
34. Особенности выбора креативных решений для разных психографических сегментов.
35. Технологии big data в определении поведенческих паттернов потребителей.
36. Использование психографического портрета аудитории в разработке бренд-стратегии.
37. Поведенческое сегментирование: критерии (частота покупок, лояльность, сценарии использования).
38. Сегментация на основе покупательского пути (customer journey): от интереса к повторным покупкам.
39. Методы сбора данных для психографического сегментирования (опросы, фокус-группы, социальные сети).
40. Кейс: как бренд успешно адаптировал коммуникацию под конкретный психографический сегмент.
41. Маркетинг персон (buyer personas): практический инструмент детализации сегментов.
42. Роль эмоциональных факторов в сегментации: как бренды вызывают отклик у разных групп.
43. Многомерные сегментационные модели: объединение демографических, психографических и поведенческих признаков.
44. Психографика в B2B-брендинге: роль личностных ценностей и факторов риска.
45. Уровень вовлечённости (high involvement vs. low involvement) и его влияние на бренд-коммуникации.
46. Тренды и субкультуры: как бренды взаимодействуют с динамичными психографическими группами.
47. Сегментирование «по выгодам»: фокус на функции, эмоции или статус.
48. Сбор digital-следа (cookies, поведение онлайн) для построения поведенческих сегментов.
49. Сопоставление психографики и нейромаркетинга: когда нужны более глубинные исследования.
50. Сегменты early adopters: как бренд может привлечь инновационных пользователей.
51. Клиентские сообщества и их роль в определении психографических паттернов.
52. Лояльные vs. нелояльные группы: особенности взаимодействия с каждым сегментом.
53. Микросегментация: выделение гиперузких групп для таргетированных кампаний.
54. Психографические различия поколений (Baby Boomers, Gen X, Millennials, Gen Z).
55. Создание матриц сообщений для разных сегментов (message matrix).
56. Agile-подходы к сегментации: быстрые спринты и регулярное обновление портретов.
57. Сегментация с учётом социально-психологических факторов (мода, влияние окружения).
58. Сложности в обработке больших массивов данных и способы их преодоления.

59. Кейс: неудачные попытки сегментировать аудиторию и уроки для бренда.
60. Перспективы гибридных моделей сегментации и их роль в будущей эре персонализации.

31. Понятие репозиционирования: когда оно необходимо и каковы риски.
32. Обновление визуальной айдентики: лого, фирменный стиль, цветовая гамма.
33. Изменение имиджа с учётом новых тенденций (eco-friendly, inclusive).
34. Ребрендинг vs. рестайлинг: в чём различия и когда что применять.
35. Диагностика проблемы: как понять, что бренд нуждается в корректировке.
36. Изменение ключевых месседжей в коммуникациях (слоган, tone of voice).
37. «Омоложение» бренда для привлечения более молодой аудитории.
38. Бренд-архитектура: реорганизация суббрендов и продуктовых линеек.
39. Использование фокус-групп и тестовых запусков для проверки новых концепций.
40. Переориентация на новые рынки или сегменты: адаптация предложения.
41. Изменение ценовой политики как часть корректировки бренда.
42. Пример успешного репозиционирования (LEGO, Nike, Gucci) и факторы успеха.
43. Провальные кейсы корректировки бренда (New Coke, GAP) и уроки, которые можно извлечь.
44. Внутренние коммуникации и роль сотрудников при переменах в бренде.
45. Правовые аспекты и риски (торговые марки, патенты, авторские права) при смене бренда.
46. Каналы информирования аудитории о корректировке (PR, соцсети, личные письма).
47. Баланс между старой и новой аудиторией: как сохранить лояльных потребителей.
48. Выбор нужного момента для изменения бренда (сезонность, кризис, рост рынка).
49. Распределение бюджета: на что тратить в первую очередь при корректировке.
50. Эмоциональные аспекты: как сгладить реакцию фанатов «старого бренда».
51. Создание новой легенды или истории бренда (storytelling) для усиления эффекта изменений.
52. Постепенная эволюция vs. резкий поворот: выбор стратегии изменения.
53. Influencer-маркетинг и коллаборации при запуске новой версии бренда.
54. Оценка результатов после корректировки: ключевые метрики и временной горизонт.
55. Подход «очищения» бренда от негативного прошлого (реакция на репутационные скандалы).
56. Технологическая модернизация: цифровые платформы и сервисы в новом бренде.
57. Локализация и глобализация: корректировка для разных региональных рынков.
58. Кризис-менеджмент: смена названия и айдентики после громких скандалов.
59. Органическое обновление: постепенное внедрение новых элементов без резкого перехода.
60. Перспективы будущего бренда: как поддерживать динамику изменений и не терять актуальность.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.

Перечень тем докладов:

1. Понятие «бренд-капитал» (Brand Equity): эволюция и ключевые определения.
2. Подход Дэвида Аакера к структуре бренд-капитала (узнаваемость, лояльность, воспринимаемое качество и т.п.).
3. Концепция Келлера (Customer-Based Brand Equity) и её компоненты.
4. Роль бренд-ассоциаций (brand associations) в формировании капитала.
5. Влияние бренда на ценовое премирование (price premium) и маржинальность.
6. Преимущества высокого бренд-капитала: рыночная сила, меньшая эластичность спроса.
7. Методы измерения: BrandZ, Interbrand, Brand Finance и др.

8. Связь бренд-капитала с финансовыми показателями компании.
9. Формирование доверия и лояльности как ключевой элемент бренд-капитала.
10. Как коммуникации (реклама, PR, мерчендайзинг) влияют на рост бренд-капитала.
11. Роль ментальных/эмоциональных составляющих (brand personality) в капитализации бренда.
12. «Сарафанное радио» (WOM) как драйвер бренд-капитала.
13. Цикл жизни бренда и динамика изменения его капитала.
14. Спортивные и celebrity-бренды: особенности формирования капитала.
15. Co-branding и стратегические альянсы: влияние на общее значение Brand Equity.
16. Частные марки (private labels) сетей ритейла: потенциал роста бренд-капитала.
17. Связь внутреннего брендинга и корпоративной культуры с внешним бренд-капиталом.
18. Кейс: «кошка Шредингера» бренд-капитала — почему некоторые бренды не оправдывают ожиданий.
19. UGC (User-Generated Content) как фактор укрепления (или подрыва) бренд-капитала.
20. Бренд-капитал и мультибрендовая стратегия холдинга (House of Brands vs. Branded House).
21. Brand Communities: объединение фанатов как актив для долгосрочного капиталовложения в бренд.
22. Управление переживаниями клиентов (customer experience management) для укрепления капитала.
23. Использование исторического наследия (heritage brand) и традиций для поддержания ценности.
24. Поддержка со стороны общества (соцпроекты, благотворительность) и влияние на доверие к бренду.
25. Brand Equity в B2B-секторе: специфика формирования через отношения с ключевыми клиентами.
26. Роль кризисных ситуаций в быстром падении/росте бренд-капитала (антикризисный менеджмент).
27. Имитация vs. оригинал: как подделки и «серый рынок» влияют на ценность бренда.
28. Трансформация и «омоложение» бренда для поддержания высокого Brand Equity.
29. Соотношение понятий «имидж бренда» и «бренд-капитал» — взаимное влияние и различия.
30. Будущее бренд-капитала: влияние цифровизации, AI и изменения поведения потребителей.
31. Отличие понятий «стоимость бренда» и «капитал бренда»: что именно оцениваем?
32. Обзор основных методик оценки бренда (Interbrand, Brand Finance, Millward Brown и др.).
33. Финансово-ориентированные подходы (royalty relief, excess earnings, discounted cash flow).
34. Роль бухгалтерского учёта и МСФО (IFRS) в признании нематериальных активов.
35. Проблема субъективности в оценке бренда: насколько точны методы?
36. Человеческий фактор: зависимость стоимости бренда от восприятия менеджмента и аудитории.
37. Кросс-культурные аспекты: как стоимость бренда варьируется на разных рынках.
38. Влияние экономических кризисов и политической нестабильности на итоговую оценку.
39. Изменения конъюнктуры потребительских предпочтений и последствия для стоимости бренда.
40. Трудности в оценке быстрорастущих стартапов и digital-брендов.
41. Методология BrandZ и фокус на восприятии потребителей.
42. Интеграция показателей лояльности (NPS) и репутации в оценку стоимости бренда.
43. Социальные медиа и онлайн-репутация: как она влияет на финансовый показатель бренда.
44. Влияние портфельного эффекта: когда бренд оценивается в контексте группы/холдинга.

45. Сезонность и «модность» трендов: краткосрочные пики и долгосрочная ценность.
46. Процесс due diligence при покупке компании с сильным брендом: как определить справедливую стоимость.
47. Оценка локальных брендов на развивающихся рынках: нюансы и риски.
48. Проблемы «ожиданий рынка» и реальных финансовых показателей.
49. Новые бизнес-модели (marketplace, sharing economy) и сложность оценки их брендов.
50. «Звёздные» лица и инфлюенсеры: как учитывается человеческий капитал в стоимости бренда.
51. Применение патентной системы и авторских прав для точной фиксации стоимости.
52. Сложности оценки уровня инновационности бренда (R&D, патенты) в денежном эквиваленте.
53. Разница между внутренней (managerial) и внешней (рыночной) оценкой стоимости.
54. Учёт риска «бренд-эрозии» при расчёте дисконтированных денежных потоков.
55. Случаи, когда стоимость бренда оказалась завышенной (кейсы переоценённого IPO).
56. Роль антикризисных мер в сохранении стоимости бренда во время репутационных скандалов.
57. Brand licensing: как роялти (лицензионные платежи) позволяют косвенно оценить бренд.
58. Управленческие решения на основе оценки бренда (слияния, поглощения, вывод на IPO).
59. Модели прогнозирования изменения стоимости бренда на перспективу.
60. Философский вопрос: можно ли вообще точно оценить нематериальный актив — бренд?

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Теоретическая социология

Тема 1.1.
Не предусмотрено
Тема 1.2.
Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 2. Эмпирическая социология

Тема 2.1.
Не предусмотрено
Тема 2.2.
Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 3. Эмпирическая социология

Тема 3.1.
Не предусмотрено

Тема 3.2.
Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 4.

Тема 4.1.
Не предусмотрено

Тема 4.2.
Не предусмотрено

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
25 февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИНФОРМАТИКА И ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Заведующий кафедрой
кандидат педагогических наук,
доцент С.В. Пивнева
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 9
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 9
3.1.1. Основная литература 9
3.1.2. Дополнительная литература 9
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 10
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 10
3.3.1. Средства информационных технологий 10
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 10
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 10
3.4. Образовательные технологии 11
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 12
Приложение 1. 13
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 13
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 15
Приложение 2. 23
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 23
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 23
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 31
П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю) 33
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 34
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 37

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об информационных технологиях, глобальных компьютерных сетях, программных средствах для обработки и управления информацией, формировании практических навыков работы с информацией при использовании современного программного обеспечения с последующим применением в профессиональной сфере для решения прикладных задач.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Овладение навыками применения компьютерных технологий создания и обработки текстовых документов профессионального качества.
2. Формирование умений и получение навыков работы с табличным процессором.
3. Овладение навыками создания компьютерных презентаций.
4. Усвоение студентами знаний о современных методах, способах и средствах получения, хранения, переработки информации различных объемов и типов, в том числе в глобальных компьютерных сетях.
5. Приобретение практических навыков применения современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи. УК-1.2. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия на основе синтеза и критического анализа информации. УК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	*Знать*: принципы и методы поиска, анализа, синтеза информации, в том числе с применением средств информационно-коммуникационных технологий. *Уметь*: выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза. *Владеть*: навыками поиска, анализа и синтеза информации с применением средств информационных технологий.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке	УК-4.1. Способен применять современные коммуникативные правила и этику речевого общения, правила делового этикета. УК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на	*Знать*: средства деловой коммуникации на государственном языке РФ и иностранном языке; терминологию и области использования иностранного языка в межличностном общении и межкультурном взаимодействии, в том числе,

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	государственном языке РФ (иностранном(-ых) языках). УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.	в ИТ-сфере. *Уметь*: оптимально применять средства информационно-коммуникационных технологий для делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке. *Владеть*: навыками деловой коммуникации с применением средств информационных технологий.
ОПК-6.Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение- ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*Знать*: принципы работы информационных технологий. *Уметь*: применять информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности. *Владеть*: инструментами информационных технологий для поиска, обработки и анализа информации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**36**	**36**			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**27**	**27**			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*	*Зачет с оценкой*			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**8**		**8**		
Лекционные занятия	4		4		
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия	4		4		
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**60**		**60**		
Контроль промежуточной аттестации	**4**		**4**		
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*		*Зачет с оценкой*		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**		**72**		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	**21**	**9**	**12**	**4**				**4**		**4**	
Тема 1.1. Инструменты работы с текстовыми документами	10	4	6	2				2		2	
Тема 1.2. Автоматизация работы с текстовыми документами	11	5	6	2				2		2	
Раздел 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц	**21**	**9**	**12**	**6**				**6**			
Тема 2.1. Инструменты работы с табличными документами	10	4	6	4				2			
Тема 2.2. Анализ данных в электронных таблицах	11	5	6	2				4			
Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	**21**	**9**	**12**	**4**				**4**		**4**	
Тема 3.1. Технологии создания презентаций	10	4	6	2				2		2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 3.2. Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса	11	5	6	2				2		2	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**				**14**		**8**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1, Сессии 3-4)											
Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	**22**	**20**	**2**	**1**				**1**			
Тема 1.1. Инструменты работы с текстовыми документами	11	10	1	0,5				0,5			
Тема 1.2. Автоматизация работы с текстовыми документами	11	10	1	0,5				0,5			
Раздел 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц	**22**	**20**	**2**	**1**				**1**			
Тема 2.1. Инструменты работы с табличными документами	11	10	1	0,5				0,5			
Тема 2.2. Анализ данных в электронных таблицах	11	10	1	0,5				0,5			
Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	**24**	**20**	**4**	**2**				**2**			
Тема 3.1. Технологии создания презентаций	12	10	2	1				1			
Тема 3.2. Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса	12	10	2	1				1			
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**				**4**			

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПРОДВИНУТЫЕ МЕТОДЫ ОБРАБОТКИ ТЕКСТОВЫХ ДОКУМЕНТОВ

Тема 1.1. Инструменты работы с текстовыми документами

Перечень изучаемых элементов содержания

Форма представления текстовых данных в компьютере. Способы кодирования текстовой информации. Программы для работы с текстовыми документами. Форматы текстовых документов. Порядок работы над документом. Правила набора и верстки документа с учетом дальнейшего использования. Структурирование документов. Параметры страниц. Параметры шрифта и абзаца. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов. Режимы отображения документа. Назначение режима «Главный документ». Сложное форматирование документов. Таблицы. Графические объекты. Формулы. Рецензирование.

Тема 1.2. Автоматизация работы с текстовыми документами

Перечень изучаемых элементов содержания

Использование шаблонов для работы с типовыми документами. Работа со стилями и списками. Ссылки. Оглавление и указатели. Рассылки. Автозамена. Вставка полей и экспресс-блоков. Автоматизация работы с текстовыми документами с помощью макросов.

РАЗДЕЛ 2. ПРОДВИНУТЫЕ МЕТОДЫ ОБРАБОТКИ ЭЛЕКТРОННЫХ ТАБЛИЦ

Тема 2.1. Инструменты работы с табличными документами

Перечень изучаемых элементов содержания

Форма представления числовых данных в компьютере. Компьютерные технологии обработки табличных данных. Программы для работы с табличными документами. Автоматизация процессов обработки данных. Основные методы оптимизации работы табличного процессора. Адресация в электронных таблицах. Фильтрация данных. Автоматизация поиска данных в таблицах. Работа с диаграммами. Защита табличных документов. Автоматизация работы с табличными документами с помощью макросов.

Тема 2.2. Анализ данных в электронных таблицах

Перечень изучаемых элементов содержания

Статистическая обработка данных. Построение графических зависимостей. Способы анализа данных в электронных таблицах. Списки и их использование для анализа табличных данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Решение оптимизационных задач. Финансовые функции. Таблицы подстановки.

РАЗДЕЛ 3. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Тема 3.1. Технологии создания презентаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Форма представления графических данных в компьютере. Основные типы презентаций. Создание базовой презентации. Приемы создания и обработки презентаций. Работа в программе в различных режимах (режимы обычный, сортировщик слайдов, показ слайдов, страницы заметок). Формирование слайдов с мультимедиа-объектами. Управление сменой слайдов. Эффекты анимации и управление ими. Значение портфолио. Принципы наполнения портфолио. Эффективность устной презентации.

Тема 3.2. Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса

Перечень изучаемых элементов содержания

Технологии цифровой экономики. Основные сквозные цифровые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики. Системный подход при решении задач. Использование искусственного интеллекта. Типовые решения автоматизации офиса. Программное обеспечение (офисные программные приложения, прикладное программное обеспечение). Направления автоматизации деятельности офисов. Компьютерные сети. Адресация в компьютерных сетях. Информационная безопасность и цифровая гигиена. Обеспечение совместной деятельности. Информационные облачные технологии автоматизации офиса. Технологии современного офиса: интернет вещей, искусственный интеллект, параллельная работа с документами, удаленная работа, облачное хранение, VR и AR, 3-D печать. Обзор «облачных» архитектур. Автоматизация офисных приложений. Облачные технологии: Документы, Таблицы, Презентации, Формы. Совместный доступ. Настройка совместного доступа.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20354-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559723.

2. Информационные технологии : учебник для вузов / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; под редакцией В. В. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 546 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18340-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534808.

3.1.2. Дополнительная литература

1. Новожилов, О. П. Информатика в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / О. П. Новожилов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 320 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09964-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540737.

2. Новожилов, О. П. Информатика в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / О. П. Новожилов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 302 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09966-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540738.

3. Лобанова, Н. М. Эффективность информационных технологий : учебник и практикум для вузов / Н. М. Лобанова, Н. Ф. Алтухова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00222-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560539.

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, совре-	https://www.consultant.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
		менные программные технологии	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Лабораторные занятия проводятся в компьютерной лаборатории, оснащенной специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, персональные компьютеры с необходимым программным обеспечением, имеющим доступ в сеть Интернет).

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	Устный опрос	1. Способы управления свойствами символов текста. 2. Способы управления свойствами абзацев. 3. Способы управления свойствами страницы. 4. Понятие раздела документа, его свойства. 5. Колонтитулы и способы их создания. 6. Списки и их виды. 7. Понятие «Стиль» и возможности этой функции текстового процессора. 8. Сноски, назначение и виды. 9. Назначение закладок. 10. Назначение и способы создания примечаний. 11. Способы ввода информации об авторе примечаний при их создании. 12. Назначение и способы создания перекрестных ссылок. 13. Таблицы и способы их создания в текстовом процессоре. 14. Понятие «поля» и способы их использования для выполнения вычислений в документе. 15. Назначение, виды и способы создания диаграмм в документе. 16. Способы создания формул в тексте документа. 17. Виды графических объектов, создаваемых средствами текстового процессора и способы управления их свойствами. 18. Понятие «стиля». Способы создания и изменения стиля. 19. Технология OLE. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов. 20. Создание связанных и внедренных объектов в текстовом документе. 21. Списки и способы их создания и форматирования. 22. Понятие «полей» (инструкций) и правила их формирования. 23. Правила набора текста с учетом дальнейшего использо-

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			вания при подготовке публикаций.
2.	Раздел 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц	Устный опрос	1. Освоение процедуры ввода данных в ячейки таблицы. 2. Использование средств, повышающих эффективность ввода данных. 3. Изучение основных приемов редактирования таблиц. 4. Форматирование текстовых данных. 5. Форматирование числовых данных. 6. Создание условных форматов и примечаний. 7. Состав рабочей книги табличного процессора и особенности объектов, входящих в него. 8. Создание рабочей книги. Технология работы с листами. 9. Ввод и редактирование данных (ввод чисел, ввод текста, ввод одного значения сразу в несколько ячеек, редактирование содержимого ячейки). 10. Особенности различных форматов данных, используемых в таблицах. 11. Ряды автозаполнения как средство автоматизации ввода данных в таблицы. 12. Правила создания формул в табличном процессоре. 13. Запись формул и порядок выполнения операций при вычислениях, заданных ими. 14. Ссылка как операнд формулы. Виды ссылок и особенности их использования для вычислений. 15. Использование мастера функций для ввода формул. 16. Синтаксис и правила использования статистических функций. 17. Синтаксис и правила использования логических функций. 18. Типы диаграмм и графиков, способы их построения. 19. Назначение диаграмм различных типов. 20. Объекты диаграмм (ряды данных, надписи, линии сетки, легенда). 21. Методы оформления диаграмм различного типа. 22. Списки и требования к их содержанию и оформлению. 23. Сортировка данных и способы ее осуществления (одноуровневая, многоуровневая). 24. Фильтры и их виды. 25. Сущность сводных таблиц и способы их создания. 26. Консолидация данных и способы ее осуществления, методы консолидации. 27. Функции прогнозирования, их назначение и применение. 28. Назначение метода Подбор параметра. 29. Круг задач, решаемых методом Подбор параметра. 30. Назначение метода Поиск решения. 31. Особенности задач, решаемых с помощью метода Поиск решения. 32. Способы задания ограничений для задач поиска решения.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			33. Создание элементов управления на рабочем листе (списки, флажки). 34. Финансовые функции, их назначение, синтаксис, аргументы финансовых функций. 35. Правила создания формул с использованием финансовых функций в табличном процессоре. 36. Использование мастера функций для ввода формул. 37. Назначение, синтаксис и правила использования таблиц подстановки. 38. Использование одномерных и двумерных таблиц подстановки для анализа финансовых данных.
3.	Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	Устный опрос	1. Функциональные возможности программ подготовки презентаций. 2. Режимы работы программ подготовки презентаций. 3. Методика проектирования презентаций. 4. Факторы эффективности устных выступлений. 5. Ключевые цели национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». 6. Основные задачи программы «Цифровая экономика Российской Федерации». 7. Основные сквозные цифровые технологии программы «Цифровая экономика Российской Федерации». 8. Технологии в области работы с данными: искусственный интеллект, туманные вычисления, квантовые технологии, суперкомпьютерные технологии, технологии идентификации, математическое моделирование, технологии блокчейна, нейронные сети, киберфизические системы (cps), 3d-технологии (печать) или «аддитивное производство», роботизация, технологии открытого производства, беспилотные технологии, биометрические технологии. 9. Назначение, классификация и состав информационных технологий защиты информации. 10. Сетевые модели «облачных» сервисов. 11. Infrastructure-as-a-Service (IaaS). 12. Software-as-a-Service (SaaS). Преимущества и риски, связанные с SaaS. Область применения SaaS. 13. Platform-as-a-Service (PaaS). 14. Облачные сервисы

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1-10
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	11-20
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	21-30
Всего		30

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Основное назначение электронных таблиц:
   1. редактировать и форматировать текстовые документы
   2. хранить большие объемы информации
   3. выполнять расчет по формулам
   4. нет правильного ответа

   Ответ _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Какой символ нужно ввести перед последовательностью цифр, чтобы они интерпретировались как текст?
   1. двойная кавычка
   2. тире
   3. звездочка
   4. апостроф
   5. пробел

   Ответ _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Как записывается логическая команда в Excel?
   1. если (условие, действие1, действие 2)
   2. (если условие, действие1, действие 2)
   3. если (условие, действие1, действие 2)
   4. если условие, действие1, действие 2

   Ответ _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Что означает появление ####### при выполнении расчетов?
   1. ширина ячейки меньше длины полученного результата
   2. ошибка в формуле вычислений
   3. отсутствие результата
   4. нет правильного ответа

   Ответ _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Выражение *5(A2+C3):3(2B2-3D3)* в электронной таблице имеет вид:
   1. *5(A2+C3)/3(2B2-3D3)*
   2. *5*(A2+C3)/3*(2*B2-3*D3)*
   3. *5*(A2+C3)/(3*(2*B2-3*D3))*
   4. *5(A2+C3)/(3(2B2-3D3))*

   Ответ _____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Как понимать сообщение # ЗНАЧ! при вычислении формулы?
   1. формула использует несуществующее имя
   2. формула ссылается на несуществующую ячейку
   3. ошибка при вычислении функции
   4. ошибка в числе

   Ответ _____

7. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Как можно задать округление числа в ячейке?
   1. используя формат ячейки
   2. используя функцию *ОКРУГЛ*()
   3. оба предыдущее ответа правильные
   4. нет правильного ответа

   Ответ _____

8. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Самой ценной составляющей любой информационной системы является
   1. Хранящиеся в ней данные
   2. Технологии обработки данных
   3. Защита данных
   4. Антивирусная защита

   Ответ _____

9. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
   Система электронного обучения это:
   1. Комплекс взаимодействующих методов и средств сбора и обработки информации, необходимых для управления объектами с помощью электронно-вычислительных машин (ЭВМ) и других средств информационной техники.

2. Форма, при которой значительная часть выполняется с применением информационных технологий (локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.).
3. Решает вопросы создания и управления информационным содержимым в рамках образовательного процесса, создания целевых аудиторий и распространение по ним актуальной учебной информации, сбора и обработки результатов заданий, коллективной работы над заданиями.
4. Все вышеперечисленные варианты

Ответ _____

10. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа
По способу получения учебной информации различают
1. синхронные и асинхронные учебные системы
2. технические и технологические учебные системы
3. поисковые системы
4. синхронные учебные системы

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-4

11. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
К основным программам для бизнеса относятся:
1. ничего из представленного
2. антивирусы
3. операционная система
4. прикладное ПО

Ответ _____

12. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Что из перечисленного не является операционной системой?
1. Autocad
2. Microsoft Windows
3. Linux
4. Adobe Photoshop

Ответ _____

13. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Удаленная работа предполагает доступ к следующим компонентам
1. корпоративной почте с домашнего компьютера
2. программам для управленческой деятельности
3. офисной сети CRM
4. внутреннему комплексу ERP

Ответ _____

14. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Система документооборота должна содержать:
1. Развитые средства адаптации к административной структуре компании
2. Планирование работы

3. Порядок работы с документами
4. Планирование мероприятий

Ответ _____

15. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Корпоративные порталы реализуются на базе:
1. Microsoft Access
2. Microsoft SharePoint Portal Server
3. Microsoft PowerPoint
4. IBM WebSphere Portal Server

Ответ _____

16. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Облачные сервисы – это
1. не только удобный инструмент для сохранения собственной информации, но еще и отличное средство управления ею
2. не только удобный инструмент для сохранения собственной информации
3. сервисы, работающие на облачных хранилищах
4. неудобное хранение информации

Ответ _____

17. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Недостатки дистанционного обучения:
1. отсутствие личного общения с преподавателем
2. необходимость использования специальной техники
3. сложности с аутентификацией пользователя при проверке знаний
4. возможность проходить тестирование в режиме прямого доступа

Ответ _____

18. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Электронная почта применяется на базе технологий:
1. Microsoft Access
2. Microsoft Exchange
3. IBM Lotus Domino
4. Microsoft SharePoint Portal Server

Ответ _____

19. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Какие характерные функции выполняет база данных?
1. сбор информации из разных источников, включая лаборатории об оценке качества и статей независимых аналитиков
2. финансовое и производственное планирование
3. обновление информации, замена старых идентификационных данных на новые
4. структурирование, защита и хранение данных

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.

Назовите недостатки облачных технологий?

1. позволяет включать веб-камеры сотрудников, чтобы узнать, чем они занимаются в рабочее время
2. трудности в управлении и контролировании надомных работников
3. GPS-трекеры относятся не напрямую к офисным разработкам
4. возможность утечки коммерческой тайны вне зависимости от подписанных обязательств сотрудниками

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: ОПК-6

21. Прочитайте текст и установите последовательность

В работе информационной системы можно выделить следующие последовательные этапы:

1. Накопление и систематизация данных - организация такого их размещения, которое обеспечивало бы быстрый поиск и отбор нужных сведений, методическое обновление данных, защита их от искажений, потери, деформирование целостности и др.
2. Отображение данных - представление их в форме, пригодной для восприятия человеком.
3. Зарождение данных - формирование первичных сообщений, которые фиксируют результаты определенных операций, свойства объектов и субъектов управления, параметры процессов, содержание нормативных и юридических актов и т.п.
4. Обработка данных - процессы, в следствии которых на основании прежде накопленных данных формируются новые виды данных: обобщающие, аналитические, рекомендательные, прогнозные.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

22. Прочитайте текст и установите последовательность

Для создания онлайн-документа в текстовом редакторе Google–документы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Нажать на окно «Пустой файл» в верхнем левом углу или выбрать любой шаблон документа — например, «Резюме», «Письмо», «Брошюра».
2. Перейти на главную страницу «Google Документов».
3. Кликнуть кнопку «Создать» в левом верхнем углу и выбрать «Google Документы» — пустой файл или шаблон.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

23. Прочитайте текст и установите последовательность

Для выполнения процедуры поиска документа с использованием поисковой системы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Выбрать тип поиска (поиск по ключевым словам, по картинке и т.д.).
2. Ввести запрос в поисковую строку.
3. Выбрать поисковую систему.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

24. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между основными структурными элементами графической блок схемы алгоритма в первом столбце, и их описанием из второго столбца.

I	II
А) Действие	1. Символ отображает решение или функцию переключательного типа, имеющую один вход и ряд альтернативных выходов
Б) Вопрос (условие или решение)	2. Символ отображает функцию обработки данных любого вида
В) Цикл	3. Символ отображает данные, носитель данных не определён.
Г) Данные (ввод-вывод)	4. Символ, состоящий из двух частей, отображает начало и конец цикла.

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г

25. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Microsoft Office Excel - это популярные электронные таблицы. обычно, программируя для этой программы, преследуют такие цели:(перечислите и обоснуйте)

Ответ _____

26. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

К базовым информационным процессам относятся следующие процедуры:

1. поиск
2. извлечение
3. сбор
4. анализ
5. обработка
6. хранение
7. систематизация,
8. передача
9. кодирование
10. шифрование
11. интерпретация
12. визуализация.

Ответ _____

Обоснование _____

27. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Дистанционное обучение – это …

1. комплекс образовательных услуг, предоставляемых с помощью специализированной информационно-образовательной среды, базирующейся на средствах обмена учебной информацией на расстоянии

2. целенаправленный педагогический процесс организации и стимулирования активной учебно-познавательной деятельности учащихся по овладению знаниями, умениями и навыками
3. комплекс образовательных услуг
4. форма организации процесса обучения, основным принципом которой является принцип свободы выбора

Ответ _____
Обоснование _____

28. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Современные _____ сочетают высокую точность и качество изображения двумерных и трехмерных (рельефных) географических, геодезических, геологических, метеорологических и прочих карт и огромную справочную информацию в электронном виде (бд).

1. геоинформационные системы
2. поисковики
3. информационные системы
4. антивирусы

Ответ _____
Обоснование _____

29. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Многозадачная операционная система - это …

1. графическая оболочка
2. операционная система, управляющая распределением ресурсов вычислительной системы между приложениями
3. неграфическая операционная система
4. система, содержащая множество программ

Ответ _____
Обоснование _____

30. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Информатика – это …

1. наука о информации
2. комплексная, техническая наука, которая систематизирует приемы создания, сохранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники, а также принципы функционирования этих средств и методы управления ними
3. теоретическая наука
4. практическая наука

Ответ _____
Обоснование _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных исполь-

зуемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее напи-

санием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;

- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Инструменты работы с текстовыми документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления текстовых данных в компьютере. Способы кодирования текстовой информации. Программы для работы с текстовыми документами. Форматы текстовых документов. Порядок работы над документом. Правила набора и верстки документа с учетом дальнейшего использования. Структурирование документов. Параметры страниц. Параметры шрифта и абзаца. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов. Режимы отображения документа. Назначение режима «Главный документ». Сложное форматирование документов. Таблицы. Графические объекты. Формулы. Рецензирование.

Тема лекционного занятия: Автоматизация работы с текстовыми документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Использование шаблонов для работы с типовыми документами. Работа со стилями и списками. Ссылки. Оглавление и указатели. Рассылки. Автозамена. Вставка полей и экспресс-блоков. Автоматизация работы с текстовыми документами с помощью макросов.

Тема лекционного занятия: Инструменты работы с табличными документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления числовых данных в компьютере. Компьютерные технологии обработки табличных данных. Программы для работы с табличными документами. Автоматизация процессов обработки данных. Основные методы оптимизации работы табличного процессора. Адресация в электронных таблицах. Фильтрация данных. Автоматизация поиска данных в таблицах. Работа с диаграммами. Защита табличных документов. Автоматизация работы с табличными документами с помощью макросов.

Тема лекционного занятия: Анализ данных в электронных таблицах

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Статистическая обработка данных. Построение графических зависимостей. Способы анализа данных в электронных таблицах. Списки и их использование для анализа табличных данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Решение оптимизационных задач. Финансовые функции. Таблицы подстановки.

Тема лекционного занятия: Технологии создания презентаций

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления графических данных в компьютере. Основные типы презентаций. Создание базовой презентации. Приемы создания и обработки презентаций. Работа в программе в различных режимах (режимы обычный, сортировщик слайдов, показ слайдов, страницы заметок). Формирование слайдов с мультимедиа-объектами. Управление сменой слайдов. Эффекты

анимации и управление ими. Значение портфолио. Принципы наполнения портфолио. Эффективность устной презентации.

Тема лекционного занятия: Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Технологии цифровой экономики. Основные сквозные цифровые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики. Системный подход при решении задач. Использование искусственного интеллекта. Типовые решения автоматизации офиса. Программное обеспечение (офисные программные приложения, прикладное программное обеспечение). Направления автоматизации деятельности офисов. Компьютерные сети. Адресация в компьютерных сетях. Информационная безопасность и цифровая гигиена. Обеспечение совместной деятельности. Информационные облачные технологии автоматизации офиса. Технологии современного офиса: интернет вещей, искусственный интеллект, параллельная работа с документами, удаленная работа, облачное хранение, VR и AR, 3-D печать. Обзор «облачных» архитектур. Автоматизация офисных приложений. Облачные технологии: Документы, Таблицы, Презентации, Формы. Совместный доступ. Настройка совместного доступа.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Инструменты работы с текстовыми документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Программные средства реализации информационных процессов.
2. Технологии создания и преобразования текстовых данных.
3. Технологии создания и преобразования текстовых данных.
4. Работа с дополнительными объектами, таблицами и графическими объектами документа.

Тема занятия: Автоматизация работы с текстовыми документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Технологии автоматизации обработки документов в текстовых процессорах.
2. Возможности текстового процессора по созданию и обработке больших документов сложной структуры.
3. Работа в режиме главного документа.
4. Технологии автоматизации обработки документов в текстовых процессорах.
5. Автоматизация работы с типовыми документами.

Тема занятия: Инструменты работы с табличными документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Принципы функционирования электронных таблиц.
2. Ввод, редактирование и форматирование данных в электронных таблицах.

3. Информационные технологии обработки числовой информации в электронных таблицах.
4. Вычисления, анализ и визуализация данных в электронных таблицах.

Тема занятия: Анализ данных в электронных таблицах
Форма практического задания: лабораторный практикум.
Задания лабораторного практикума:
1. Анализ данных в электронных таблицах.
2. Использование списков для анализа данных в электронных таблицах.
3. Анализ данных в электронных таблицах.
4. Изучение инструментов анализа данных.
5. Решение оптимизационных задач.

Тема занятия: Технологии создания презентаций
Форма практического задания: лабораторный практикум.
Задания лабораторного практикума:
1. Технологии создания компьютерных презентаций.
2. Создание интерактивных презентаций.
3. Заполнение электронного портфолио обучающегося РГСУ.

Тема занятия: Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса
Форма практического задания: лабораторный практикум.
Задания лабораторного практикума:
1. Глобальная компьютерная сеть Интернет.
2. Использование служб Интернета для решения практических задач.
3. Изучение Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	Самостоятельное изучение материала раздела

Задания для самостоятельной работы

РАЗДЕЛ 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Способы управления свойствами символов текста.
2. Способы управления свойствами абзацев.
3. Способы управления свойствами страницы.

4. Понятие раздела документа, его свойства.
5. Колонтитулы и способы их создания.
6. Списки и их виды.
7. Понятие «Стиль» и возможности этой функции текстового процессора.
8. Сноски, назначение и виды.
9. Назначение закладок.
10. Назначение и способы создания примечаний.
11. Способы ввода информации об авторе примечаний при их создании.
12. Назначение и способы создания перекрестных ссылок.
13. Таблицы и способы их создания в текстовом процессоре.
14. Понятие «поля» и способы их использования для выполнения вычислений в документе.
15. Назначение, виды и способы создания диаграмм в документе.
16. Способы создания формул в тексте документа.
17. Виды графических объектов, создаваемых средствами текстового процессора и способы управления их свойствами.
18. Понятие «стиля». Способы создания и изменения стиля.
19. Технология OLE. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов.
20. Создание связанных и внедренных объектов в текстовом документе.
21. Списки и способы их создания и форматирования.
22. Понятие «полей» (инструкций) и правила их формирования.
23. Правила набора текста с учетом дальнейшего использования при подготовке публикаций.

РАЗДЕЛ 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц.

Вопросы для самоподготовки:

1. Ознакомление с интерфейсом программы.
2. Освоение процедуры ввода данных в ячейки таблицы.
3. Использование средств, повышающих эффективность ввода данных.
4. Изучение основных приемов редактирования таблиц.
5. Форматирование текстовых данных.
6. Форматирование числовых данных.
7. Создание условных форматов и примечаний.
8. Состав рабочей книги табличного процессора и особенности объектов, входящих в него.
9. Создание рабочей книги. Технология работы с листами.
10. Ввод и редактирование данных (ввод чисел, ввод текста, ввод одного значения сразу в несколько ячеек, редактирование содержимого ячейки).
11. Особенности различных форматов данных, используемых в таблицах.
12. Ряды автозаполнения как средство автоматизации ввода данных в таблицы.
13. Правила создания формул в табличном процессоре.
14. Запись формул и порядок выполнения операций при вычислениях, заданных ими.
15. Ссылка как операнд формулы. Виды ссылок и особенности их использования для вычислений.
16. Использование мастера функций для ввода формул.
17. Синтаксис и правила использования статистических функций.

18. Синтаксис и правила использования логических функций.
19. Типы диаграмм и графиков, способы их построения.
20. Назначение диаграмм различных типов.
21. Объекты диаграмм (ряды данных, надписи, линии сетки, легенда).
22. Методы оформления диаграмм различного типа.
23. Списки и требования к их содержанию и оформлению.
24. Сортировка данных и способы ее осуществления (одноуровневая, многоуровневая).
25. Фильтры и их виды.
26. Сущность сводных таблиц и способы их создания.
27. Консолидация данных и способы ее осуществления, методы консолидации.
28. Функции прогнозирования, их назначение и применение.
29. Назначение метода Подбор параметра.
30. Круг задач, решаемых методом Подбор параметра.
31. Назначение метода Поиск решения.
32. Особенности задач, решаемых с помощью метода Поиск решения.
33. Способы задания ограничений для задач поиска решения.
34. Создание элементов управления на рабочем листе (списки, флажки).
35. Финансовые функции, их назначение, синтаксис, аргументы финансовых функций.
36. Правила создания формул с использованием финансовых функций в табличном процессоре.
37. Использование мастера функций для ввода формул.
38. Назначение, синтаксис и правила использования таблиц подстановки.
39. Использование одномерных и двумерных таблиц подстановки для анализа финансовых данных.

РАЗДЕЛ 3. Информационно-коммуникационные технологии.

Вопросы для самоподготовки:

1. Функциональные возможности программ подготовки презентаций.
2. Режимы работы программ подготовки презентаций.
3. Методика проектирования презентаций.
4. Факторы эффективности устных выступлений.
5. Ключевые цели национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
6. Основные задачи программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
7. Основные сквозные цифровые технологии программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
8. Технологии в области работы с данными: искусственный интеллект, туманные вычисления, квантовые технологии, суперкомпьютерные технологии, технологии идентификации, математическое моделирование, технологии блокчейна, нейронные сети, киберфизические системы (cps), 3d-технологии (печать) или «аддитивное производство», роботизация, технологии открытого производства, беспилотные технологии, биометрические технологии.
9. Назначение, классификация и состав информационных технологий защиты информации.
10. Сетевые модели «облачных» сервисов.
11. Infrastructure-as-a-Service (IaaS).

12. Software-as-a-Service (SaaS). Преимущества и риски, связанные с SaaS. Область применения SaaS.

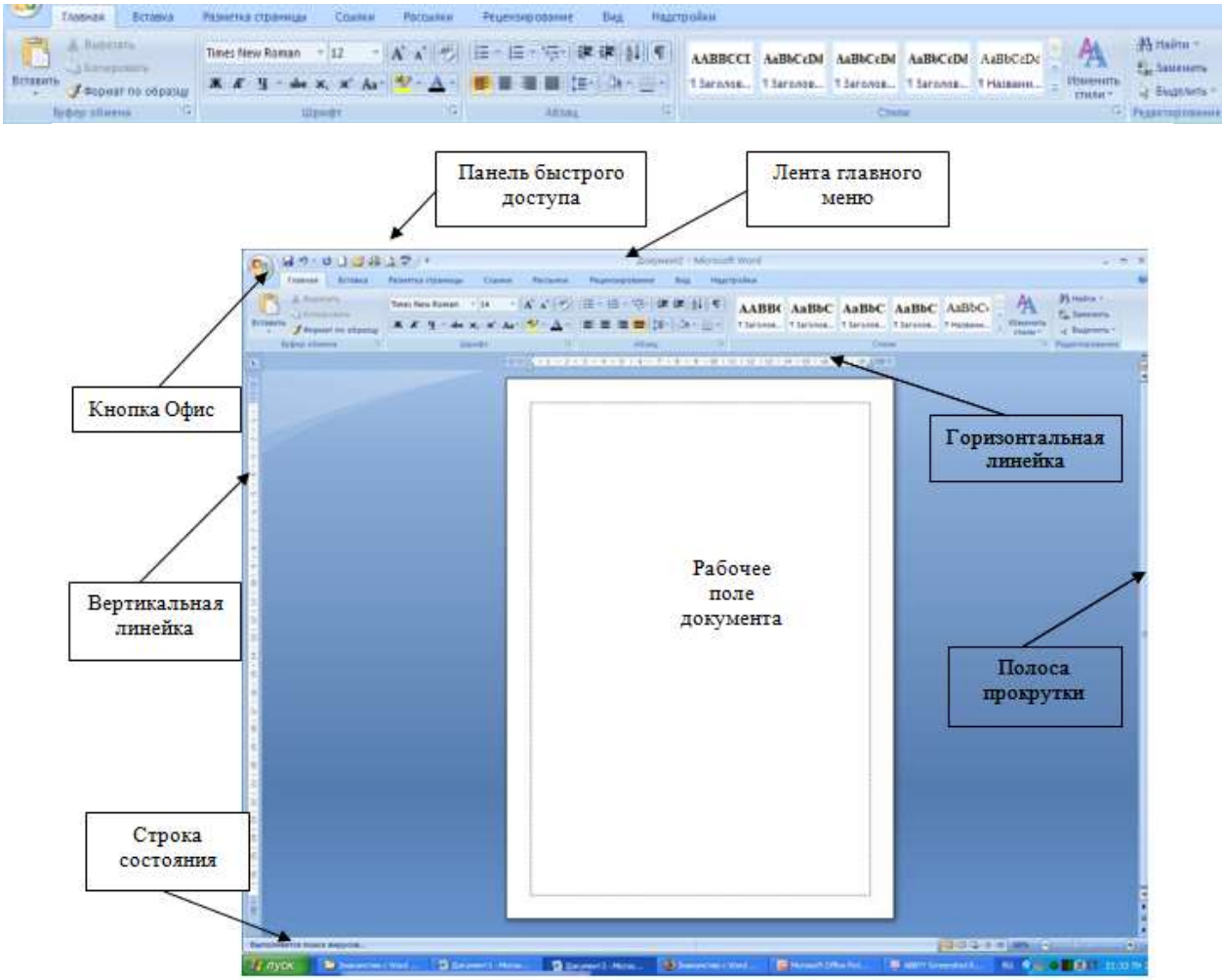
13. Platform-as-a-Service (PaaS).

14. Облачные сервисы.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов.

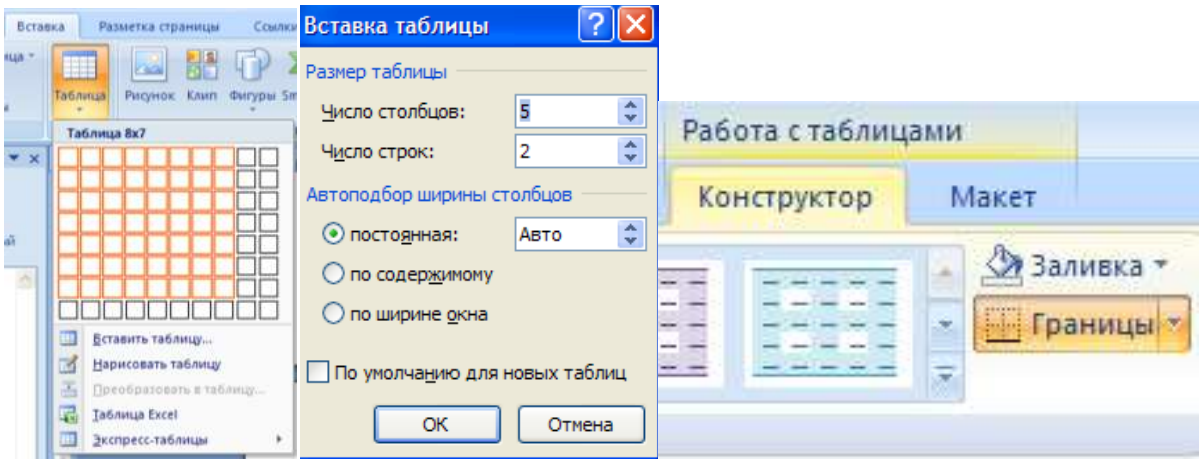
Тема 1.1. Инструменты работы с текстовыми документами.



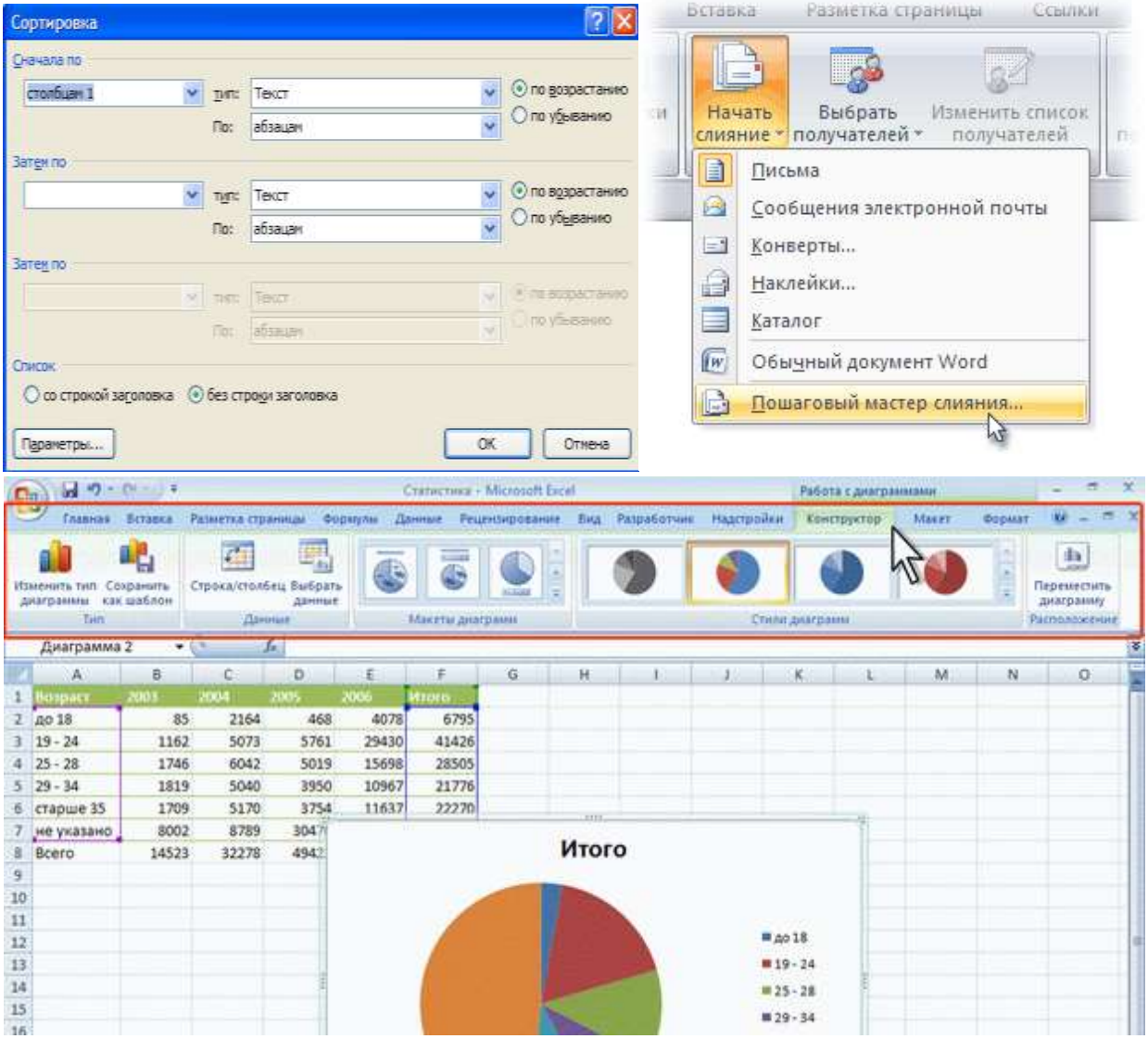
Тема 1.2. Автоматизация работы с текстовыми документами.

РАЗДЕЛ 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц.

Тема 2.1. Инструменты работы с табличными документами.

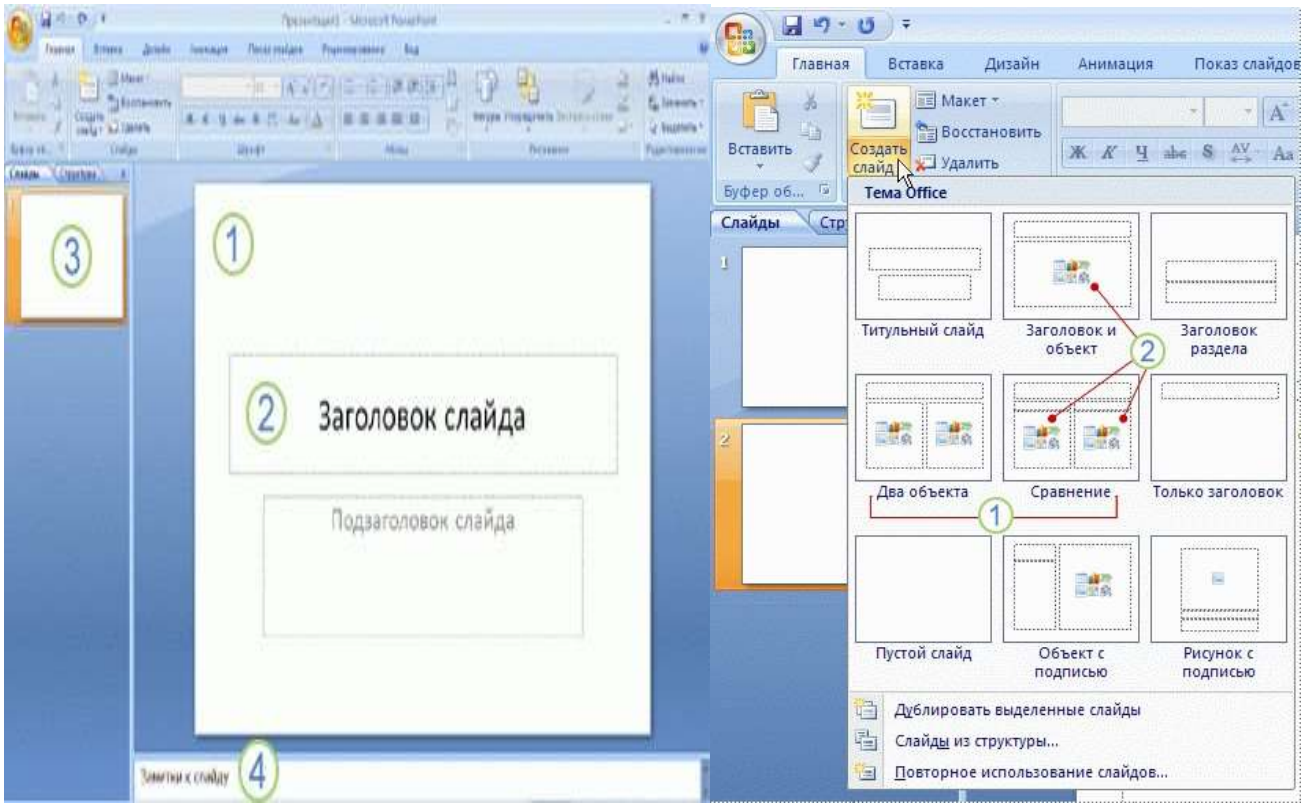


Тема 2.2. Анализ данных в электронных таблицах.



РАЗДЕЛ 3. Информационно-коммуникационные технологии.

Тема 3.1. Технологии создания презентаций.



Тема 3.2. Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса.

«Облачные технологии»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
25 февраля 2025 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Заведующий кафедрой
кандидат педагогических наук,
доцент С.В. Пивнева
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 8
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 8
3.1.1. Основная литература 8
3.1.2. Дополнительная литература 8
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 9
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 9
3.3.1. Средства информационных технологий 9
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 9
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 10
3.4. Образовательные технологии 10
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 10
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 12
Приложение 1. 13
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 13
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 14
Приложение 2. 24
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 24
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 24
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 32
П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю) 33
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 35
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 38

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний теоретических знаний области современных адаптивных информационных технологий, освоение общих принципов работы с инструментарием информационных технологий и получение практических навыков, необходимых для последующего применения в профессиональной сфере современных информационных технологий для решения прикладных задач.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Формирование у обучающихся знаний принципов сбора, отбора и обобщения информации с помощью специализированных средств.
2. Обеспечение устойчивых навыков систематизации в условиях локальных и глобальных сетей и систем телекоммуникаций, новых информационных технологий.
3. Формирование умения работы с информационными источниками, приобретение опыта научного поиска, создания учебных и научных текстов.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи. УК-1.2. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия на основе синтеза и критического анализа информации. УК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	*Знать*: основные принципы сбора, отбора и обобщения информации. *Уметь*: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности. *Владеть*: практическим опытом работы с информационными источниками, навыками работы с информацией с помощью специализированных средств.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Способен применять современные коммуникативные правила и этику речевого общения, правила делового этикета. УК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке РФ (иностранном(-ых) языках). УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии в процессе решения стандартных	*Знать*: средства деловой коммуникации на государственном языке РФ и иностранном языке; терминологию и области использования иностранного языка в межличностном общении и межкультурном взаимодействии, в том числе, в ИТ-сфере. *Уметь*: оптимально применять средства информационно-коммуникационных технологий для делового общения на государ-

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.	ственном языке РФ и иностранном языке. *Владеть*: навыками деловой коммуникации с применением средств информационных технологий.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*Знать*: принципы работы информационных технологий. *Уметь*: применять информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности. *Владеть*: инструментами информационных технологий для поиска, обработки и анализа информации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**36**	**36**			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**27**	**27**			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*	*Зачет с оценкой*			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**		**72**		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогиче-	**8**		**8**		

скими работниками					
Лекционные занятия	4		4		
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия	4		4		
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**60**		**60**		
Контроль промежуточной аттестации	**4**		**4**		
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*		*Зачет с оценкой*		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**		**72**		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1 Основы современных адаптивных информационных технологий	**32**	**14**	**18**	**8**				**8**		**2**	
Тема 1.1. Особенности современных адаптивных информационных технологий	16	8	8	4				4			
Тема 1.2 Использование адаптированной компьютерной техники	16	6	10	4				4		2	
Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	**31**	**13**	**18**	**6**				**6**		**6**	
Тема 2.1. Дистанционные образовательные технологии	15	7	8	4				2		2	
Тема 2.2. Технические и программные средства телекоммуникационных технологий	16	6	10	2				4		4	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**				**14**		**8**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1, Сессии 3-4)											
Раздел 1 Основы современных адаптивных информационных технологий	**34**	**30**	**4**	**2**				**2**			
Тема 1.1. Особенности современных адаптивных информационных технологий	17	15	2	1				1			
Тема 1.2 Использование адаптированной компьютерной техники	17	15	2	1				1			
Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	**34**	**30**	**4**	**2**				**2**			
Тема 2.1. Дистанционные образовательные технологии	17	15	2	1				1			
Тема 2.2. Технические и программные средства телекоммуникационных технологий	17	15	2	1				1			
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**				**4**			

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННЫХ АДАПТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Тема 1.1. Особенности современных адаптивных информационных технологий

Перечень изучаемых элементов содержания

Новые задачи педагогических коллективов в работе с обучающимся, относящимся к разным категориям лиц с ограниченными возможностями здоровья: создание атмосферы заинтересованности каждого обучающегося в работе группы; использование в ходе учебы дидактического материала и специальных устройств, наиболее доступных и значимых видов и форм учебного содержания.

Тема 1.2. Использование адаптированной компьютерной техники

Перечень изучаемых элементов содержания

Осуществление вызова на мобильный телефон через образовательную сеть «мобильное образование» или «m-обучение». Требование совместимости конкретной ассистивной технологии, например, слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном. Специальные компьютерные учебные программы.

РАЗДЕЛ 2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Тема 2.1. Дистанционные образовательные технологии

Перечень изучаемых элементов содержания

Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития. Электронное обучение. Интернет курсы. Интернет тестирование. Интернет олимпиады. Использование адаптивных технологий в учебном процессе.

Тема 2.2. Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие о современных технических и программных средствах телекоммуникации. Технические средства создания электронных документов. Технологии распознавания текста и обработки файлов.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для вузов / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 414 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20054-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559897.
2. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20354-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559723.
3. Фуряева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19370-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/556366.

3.1.2. Дополнительная литература

1. Информационные технологии : учебник для вузов / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; под редакцией В. В. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 546 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18340-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534808.
2. Лобанова, Н. М. Эффективность информационных технологий : учебник и практикум для вузов / Н. М. Лобанова, Н. Ф. Алтухова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00222-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560539.

3. Михальчи, Е. В. Инклюзивное образование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Михальчи. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 172 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16837-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563753.

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Лабораторные занятия проводятся в компьютерной лаборатории, оснащенной специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, персональные компьютеры с необходимым программным обеспечением, имеющим доступ в сеть Интернет).

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с

доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Основы современных адаптивных информационных технологий	Защита реферата	1. Интеграция ИКТ в инклюзивное образование. 2. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества. 3. Компьютеры и программное обеспечение: встроенные специальные возможности. 4. Мобильные телефоны: встроенные специальные возможности. 5. Слуховые аппараты: виды и характеристики. 6. Программы чтения с экрана. 7. Адаптивные клавиатуры. 8. HTML-доступ, книги DAISY. 9. Информационная система цифрового доступа. 10. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние. 11. Современные экономические условия информатизации российского общества. 12. Современные социальные условия информатизации российского общества. 13. Современные культурные условия информатизации российского общества. 14. Роль библиотек в построении образования информационного общества. 15. Программные технологии Интернет-телефонии. 16. Аппаратные технологии Интернет-телефонии. 17. Средства адаптации для работы с текстовыми документами. 18. Средства адаптации для работы с табличными документами. 19. Средства адаптации для подготовки презентаций. 20. Адаптированные документ-камеры. Сканирование документов. 21. Основные принципы использования информационных технологий в экономике.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы, дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
			22. Использование средств информационных технологий для личного экономического и финансового планирования. 23. Применение средств информационных технологий для управления личными финансами (личным бюджетом.
2.	Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	Защита реферата	1. Перспективы развития адаптивных информационных технологий. 2. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис. 3. Технологии виртуальной реальности в адаптивных задачах. 4. Технологии дополненной реальности в адаптивных задачах. 5. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий. 6. Технологии распознавания текста и обработки файлов. 7. Системы управления контентом. 8. Обзор практик организации дистанционного обучения. 9. Структура и инструментарий учебного курса в ЭИОС РГСУ. 10. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет. 11. Технические средства телекоммуникационных технологий. 12. Программные средства телекоммуникационных технологий. 13. Почтовые клиенты: обзор. 14. Технологии работы с электронной почтой. 15. Рассылка документов средствами офисных программ. 16. Системы электронного документооборота. 17. Назначение и сущность технологии телеконференций. 18. Вебинары. Системы обеспечения и проведения вебинаров. 19. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line. 20. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК -1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	*1-10*
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	*11-27*
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	*28-37*
Всего		37

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Результатом процесса информатизации является создание:
   1. информационного общества;
   2. компьютерного общества;
   3. индустриального общества

   Ответ _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Тьютор – это:
   1. педагог, на первых этапах обучения, выступает в роли проводника ребенка в образовательное пространство школы;
   2. координатор деятельности психолого-медико-педагогической комиссии;
   3. помощник руководителя образовательного учреждения;
   4. воспитатель в детском образовательном учреждении

   Ответ _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Когда появились первые программы, позволяющие незрячему пользователю самостоятельно работать на компьютере?
   1. пятидесятые годы прошлого века;
   2. восьмидесятые годы прошлого века;
   3. двухтысячные годы;
   4. 2009-2011 годы

   Ответ _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Назвать требования к адаптивному тесту

1. сложность последующих заданий повышается;
2. имеются дополнительные вопросы по темам;
3. сложность заданий меняется в зависимости от правильности ответов испытуемого;
4. включение простых понятных заданий

Ответ _____

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Как называется страница презентации
   1. окно;
   2. слайд;
   3. кадр;
   4. сцена

Ответ _____

6. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Коммуникативные технологии общения и доступа к информации глухих и слепоглухих людей включают в себя:
   1. русский жестовый язык и русскую дактильную азбуку;
   2. калькирующую жестовую речь;
   3. сурдоперевод и тифлосурдоперевод;
   4. все ответы верны

Ответ _____

7. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Назовите средства современных адаптивных информационных технологий
   1. сурдотехнические средства. Использование слуховых аппаратов и звукоусиливающей аппаратуры;
   2. различные канцелярские принадлежности;
   3. специализированные устройства для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата;
   4. оборудование для офиса;
   5. тифлотехнические средства.

Ответ _____

8. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Назовите программы экранного доступа, которые дают возможность незрячему пользователю работать с любыми прикладными программами наравне со зрячими
   1. SoftMarker Office;
   2. Cobra;
   3. МойОфис;
   4. Jaws for Windows;
   5. Window eyes;
   6. Microsoft Office

Ответ _____

9. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
   Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в инклюзивном образовании
   1. поддерживают включение в образование детей с ограниченными возможностями;
   2. используются только для игр;
   3. позволяют преодолевать некоторые барьеры, вызывающие исключение детей с ограниченными возможностями;
   4. ИКТ дополняют другие методы и инструменты очного обучения

   Ответ _____

10. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
    Информационная культура человека на современном этапе в основном определяется:
    1. совокупностью его умений программировать на языках высокого уровня;
    2. его знаниями основных понятий информатики;
    3. совокупностью его навыков использования прикладного программного обеспечения для создания необходимых документов;
    4. качеством знаний основ компьютерной грамотности;
    5. уровнем понимания закономерностей информационных процессов в природе и обществе;
    6. совокупностью технических навыков взаимодействия с компьютером;
    7. способностью эффективно и своевременно использовать средства информационных и коммуникационных технологий при решении задач практической деятельности;
    8. умение адекватно формулировать свою потребность в информации;
    9. эффективно осуществлять поиск нужной информации во всей совокупности информационных ресурсов;
    10. его знаниями основных видов программного обеспечения и пользовательских характеристик компьютера
    11. перерабатывать информацию и создавать качественно новую.

    Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-4

11. Прочитайте текст и установите последовательность
    Как включить программу чтения с экрана:
    1. В меню "Инструменты" выберите «Настройки специальных возможностей».
    2. Чтобы закрыть диалоговое окно, нажмите клавишу Ввод.
    3. С помощью клавиши Tab перейдите к флажку «Включить программу чтения с экрана» и установите его.
    4. Откройте меню "Инструменты".

    Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

12. Прочитайте текст и установите соответствие
    Существует несколько основных форм ИКТ, используемых в инклюзивном образовании. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	II
А) устройства, направленные на усиление, поддержку или улучшение функциональных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья): клавиатуры со специальными возможностями, слуховые аппараты, устройства для чтения с экрана;	1. доступные
Б) видеоматериалы с субтитрами и система доступной цифровой информации	2. стандартные технологии
В) в них входят: веб-браузеры, компьютеры, текстопроцессоры, мобильные телефоны со встроенными функциями настройки для лиц с ОПФР	3. вспомогательные технологии

Таблица для заполнения

А	Б	В

13. Прочитайте текст и установите соответствие
К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	II
А) библиотека для всех практических целей, но библиотека без стен — или физических книг	1) электронная библиотека
Б) информационная система, включающая упорядоченную коллекцию разнородных электронных документов, снабжённая средствами навигации и поиска	2) цифровая библиотека
В) фонд книг, учебных и методических пособий, видеофильмов, звукозаписей, компьютерных	3) виртуальная библиотека
Г) библиотека цифровых ресурсов. Точнее цифровой сервис для хранения и выдачи упорядоченных цифровых ресурсов	4) медиатека

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г

14. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Дистанционные образовательные технологии – это…?
Ответ _____

15. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Информационно-поисковая система – это…?
Ответ _____

16. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Использование адаптивных ИКТ – это…?
Ответ _____

17. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
России первый экспериментальный опыт совместного обучения детей и нарушенным развитием появляется в:
    1. 60-ые г.г. XX в.;

2. 90-ые г.г. XX в.;
3. 70-ые г.г. XX в.

Ответ _____

18. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К специальным образовательным условиям для всех категорий детей с ОВЗ и инвалидностью относится:
    1. создание в образовательных учреждениях безбарьерной среды;
    2. материально-техническое (включая архитектурное) обеспечение, кадровое, информационное, программно-методическое обеспечение образовательного и воспитательного процесса, психолого-педагогическое сопровождение детей с ОВЗ и инвалидностью;
    3. индивидуальный образовательный маршрут ребенка с ОВЗ и инвалидностью;
    4. пандусы, специальные лифты, специально-оборудованные учебные места, специализированное учебное, реабилитационное, медицинское оборудование

Ответ _____

19. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К какой категории детей, в соответствии с законодательством РФ, относятся дети, для обучения которых необходимо создавать специальные условия
    1. дети с отклонениями в развитии;
    2. аномальные дети;
    3. дети с ограниченными возможностями здоровья;
    4. дети с особенностями

Ответ _____

20. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К методам педагогического изучения детей с ОВЗ и инвалидностью не относится:
    1. энцефалография;
    2. анализ работ;
    3. беседа;
    4. педагогическое наблюдение

Ответ _____

21. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
Отношения педагога и ученика с ОВЗ и инвалидностью должны строиться:
    1. с учетом возрастных особенностей;
    2. на принципе оберегания;
    3. на основе сотрудничества и эмпатии

Ответ _____

22. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
К ключевым компетенциям выпускника с ОВЗ и инвалидностью не относятся:
    1. коммуникация

2. умения проводить операции с числами
3. навыки работы в команде
4. уступчивость

Ответ _____

23. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Совместное обучение и воспитание детей, имеющих ОВЗ, с их нормально развивающимися сверстниками подразумевает:

1. инклюзия;
2. интеракция;
3. индивидуализация

Ответ _____

24. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Инклюзия, то есть «включённое образование», предусматривающее включение ребёнка с ОВЗ в одну образовательную среду с нормально развивающимися сверстниками - это:

1. групповая интеграция;
2. образовательная интеграция;
3. коммуникация

Ответ _____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Социальная интеграция должна быть обеспечена

1. всем без исключения детям с нарушениями в развитии;
2. только детям с нарушениями развития в младшем школьном возрасте;
3. детям, обучающимся только в специальных учреждениях

Ответ _____

26. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Содержание обучения – это…?

Ответ _____

27. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Адаптивные информационные технологии – это…?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: ОПК-6

28. Прочитайте текст и установите последовательность

В работе информационной системы можно выделить следующие последовательные этапы:

1. Накопление и систематизация данных - организация такого их размещения, которое обеспечивало бы быстрый поиск и отбор нужных сведений, методическое обновление данных, защита их от искажений, потери, деформирование целостности и др.

2. Отображение данных - представление их в форме, пригодной для восприятия человеком.
3. Зарождение данных - формирование первичных сообщений, которые фиксируют результаты определенных операций, свойства объектов и субъектов управления, параметры процессов, содержание нормативных и юридических актов и т.п.
4. Обработка данных - процессы, в следствии которых на основании прежде накопленных данных формируются новые виды данных: обобщающие, аналитические, рекомендательные, прогнозные.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

29. Прочитайте текст и установите последовательность

Для создания онлайн-документа в текстовом редакторе Google–документы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Нажать на окно «Пустой файл» в верхнем левом углу или выбрать любой шаблон документа — например, «Резюме», «Письмо», «Брошюра».
2. Перейти на главную страницу «Google Документов».
3. Кликнуть кнопку «Создать» в левом верхнем углу и выбрать «Google Документы» — пустой файл или шаблон.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

30. Прочитайте текст и установите последовательность

Для выполнения процедуры поиска документа с использованием поисковой системы необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1. Выбрать тип поиска (поиск по ключевым словам, по картинке и т.д.).
2. Ввести запрос в поисковую строку.
3. Выбрать поисковую систему.
4. Открыть браузер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

31. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между основными структурными элементами графической блок схемы алгоритма в первом столбце, и их описанием из второго столбца.

I	II
А) Действие	1. Символ отображает решение или функцию переключательного типа, имеющую один вход и ряд альтернативных выходов
Б) Вопрос (условие или решение)	2. Символ отображает функцию обработки данных любого вида
В) Цикл	3. Символ отображает данные, носитель данных не определён.
Г) Данные (ввод-вывод)	4. Символ, состоящий из двух частей, отображает начало и конец цикла.

Таблица для заполнения

А	Б	В	Г

32. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Microsoft Office Excel - это популярные электронные таблицы. обычно, программируя для этой программы, преследуют такие цели:(перечислите и обоснуйте)
Ответ _____

33. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
К базовым информационным процессам относятся следующие процедуры:
    1. поиск
    2. извлечение
    3. сбор
    4. анализ
    5. обработка
    6. хранение
    7. систематизация,
    8. передача
    9. кодирование
    10. шифрование
    11. интерпретация
    12. визуализация.

Ответ _____
Обоснование _____

34. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Дистанционное обучение – это …
    1. комплекс образовательных услуг, предоставляемых с помощью специализированной информационно-образовательной среды, базирующейся на средствах обмена учебной информацией на расстоянии
    2. целенаправленный педагогический процесс организации и стимулирования активной учебно-познавательной деятельности учащихся по овладению знаниями, умениями и навыками
    3. комплекс образовательных услуг
    4. форма организации процесса обучения, основным принципом которой является принцип свободы выбора

Ответ _____
Обоснование _____

35. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Современные _____ сочетают высокую точность и качество изображения двумерных и трехмерных (рельефных) географических, геодезических, геологических, метеорологических и прочих карт и огромную справочную информацию в электронном виде (бд).
    1. геоинформационные системы
    2. поисковики
    3. информационные системы
    4. антивирусы

Ответ _____
Обоснование _____

36. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Многозадачная операционная система - это …

1. графическая оболочка
2. операционная система, управляющая распределением ресурсов вычислительной системы между приложениями
3. неграфическая операционная система
4. система, содержащая множество программ

Ответ _____
Обоснование _____

37. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Информатика – это …

1. наука о информации
2. комплексная, техническая наука, которая систематизирует приемы создания, сохранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники, а также принципы функционирования этих средств и методы управления ними
3. теоретическая наука
4. практическая наука

Ответ _____
Обоснование _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных исполь-

зуемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее напи-

санием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;

- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цели занятия: Сформировать знания и умения в области современных адаптивных информационных технологий для решения прикладных задач

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Новые задачи педагогических коллективов в работе с обучающимся, относящимся к разным категориям лиц с ограниченными возможностями здоровья: создание атмосферы заинтересованности каждого обучающегося в работе группы; использование в ходе учебы дидактического материала и специальных устройств, наиболее доступных и значимых видов и форм учебного содержания.

Тема лекционного занятия: Использование адаптированной компьютерной техники

Цели занятия: Сформировать знания и умения применять программное обеспечение наиболее распространенных вариантов доступа к инклюзивному образованию

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Осуществление вызова на мобильный телефон через образовательную сеть «мобильное образование» или «m-обучение». Требование совместимости конкретной ассистивной технологии, например, слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном. Специальные компьютерные учебные программы.

Тема лекционного занятия: Дистанционные образовательные технологии

Цели занятия: Получение представления о современном состоянии и структуре рынка адаптивных информационных ресурсов и технологий для осуществления коммуникаций при использовании дистанционных технологий

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития. Электронное обучение. Интернет курсы. Интернет тестирование. Интернет олимпиады. Использование адаптивных технологий в учебном процессе.

Тема лекционного занятия: Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цели занятия: Получение представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие о современных технических и программных средствах телекоммуникации. Технические средства создания электронных документов. Технологии распознавания текста и обработки файлов.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цели занятия: Раскрыть сущность использования адаптивных информационных технологий

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Поиск информации.
2. Поисковые системы.
3. Правила формирования поисковых запросов.
4. Организация хранения файлов на дисках.
5. Резервное копирование данных.
6. Облачное хранение данных

Пример аналитического задания:

Провести анализ средств адаптации компьютерной техники (составить таблицу, построить диаграммы).

Пример практического задания:

С помощью адаптированной компьютерной техники (по нозологиям) выполнить:

а) поиск заданной информации в файловой системе и в сети Интернет;

б) копирование, перемещение, удаление и восстановление файлов;

в) копирование и вставку данных;

г) ввод данных (текстовые и табличные данные), вывод данных на печать;

д) настройку параметров операционной системы, прикладных программ (программ обработки текстовых и табличных данных, программ подготовки презентаций).

Тема занятия: Использование адаптированной компьютерной техники

Цели занятия: Сформировать представление об использовании адаптированной компьютерной техники для выполнения базовых информационных процессов

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Средства автоматизации работы с текстовыми данными.
2. Совместная работа с текстовыми документами.
3. Защита текстовых документов.
4. Средства анализа больших данных.
5. Автоматизация работы с электронными таблицами.
6. Совместная работа с табличными документами.
7. Защита табличных документов.
8. Сравнительная характеристика текстовых процессоров.
9. Сравнительная характеристика табличных процессоров.

Пример аналитического задания:

Провести анализ использования информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья.

Пример практического задания:

1. Задачи на обработку текстовых данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.

2. Задачи на обработку табличных данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.

3. Задачи по практической работе с библиографическими и реферативными базами данных.

Тема занятия: Дистанционные образовательные технологии

Цели занятия: Раскрыть возможности и сущность использования ДОТ

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Преимущества и недостатки дистанционных образовательных технологий.
2. Средства дистанционных образовательных технологий.
3. Сравнительная характеристика систем управления образовательным контентом.

Пример практического задания:

С помощью адаптационных средств разместить в указанный преподавателем раздел плана занятий учебного курса в электронной информационно-образовательной среде РГСУ материалы текущего и рубежного контроля по разделу.

Тема занятия: Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цели занятия: Получение представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах.
2. Адаптивные способы работы в табличных процессорах.
3. Адаптивные возможности программ создания презентаций.
4. Адаптивные возможности обработки графической информации.

Пример аналитического задания:

Провести анализ состава и характеристик технических и программных средств телекоммуникационных технологий.

Пример практического задания:

Изучить и продемонстрировать средства адаптации информационного обмена (формы обратной связи, сообщения, форумы) официального сайта РГСУ, электронной информационно-образовательной среды РГСУ.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Основы современных адаптивных информационных технологий	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Понятие «доступные ИКТ» как весь спектр ассистивных и основных технологий и форматов.
2. Состав «доступных ИКТ».
3. Базовые технологии (компьютеры и мобильные телефоны, содержащие встроенные специальные возможности);
4. Ассистивные технологии. Слуховые аппараты.
5. Программы чтения с экрана, адаптивные клавиатуры);
6. Форматы доступа (HTML-доступ, книги DAISY (информационная система цифрового доступа) и т.д.)
7. Прикладное программное обеспечение ассистивных технологий.
8. Совместимость слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном.
9. Просмотр веб-сайта с помощью «программы чтения с экрана».
10. Использование альтернативных средств коммуникации.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Интеграция ИКТ в инклюзивное образование.
2. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества.
3. Компьютеры и программное обеспечение: встроенные специальные возможности.
4. Мобильные телефоны: встроенные специальные возможности.
5. Слуховые аппараты: виды и характеристики.
6. Программы чтения с экрана.
7. Адаптивные клавиатуры.
8. HTML-доступ, книги DAISY.
9. Информационная система цифрового доступа.
10. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние.
11. Современные экономические условия информатизации российского общества.
12. Современные социальные условия информатизации российского общества.
13. Современные культурные условия информатизации российского общества.
14. Роль библиотек в построении образования информационного общества.
15. Программные технологии Интернет-телефонии.
16. Аппаратные технологии Интернет-телефонии.
17. Средства адаптации для работы с текстовыми документами.
18. Средства адаптации для работы с табличными документами.
19. Средства адаптации для подготовки презентаций.
20. Адаптированные документ-камеры. Сканирование документов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития.
2. Понятие электронного обучения.
3. Зарегистрироваться в Российской Научной электронной библиотеке.
4. Изучить «Руководство пользователя» Российской Научной электронной библиотеки (http://elibrary.ru/manual_elibrary_for_user.pdf).
5. Настроить свой персональный профиль. Изучить работу поисковой системы.
6. Роль сетевых технологий в формировании современной информационной среды.
7. Создание безбарьерной среды с использованием ИКТ в условиях образования учащихся с особыми образовательными потребностями.
8. Интернет курсы.
9. Интернет тестирование.
10. Интернет олимпиады.
11. Использование адаптивных технологий в учебном процессе
12. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние. Рынок адаптивной образовательной информации.
13. Телекоммуникационные технологии: этапы эволюции.
14. Определение понятий «электронная библиотека», «цифровая библиотека», «виртуальная библиотека», «медиатека».
15. Объективные предпосылки создания и этапы развития электронных библиотек.

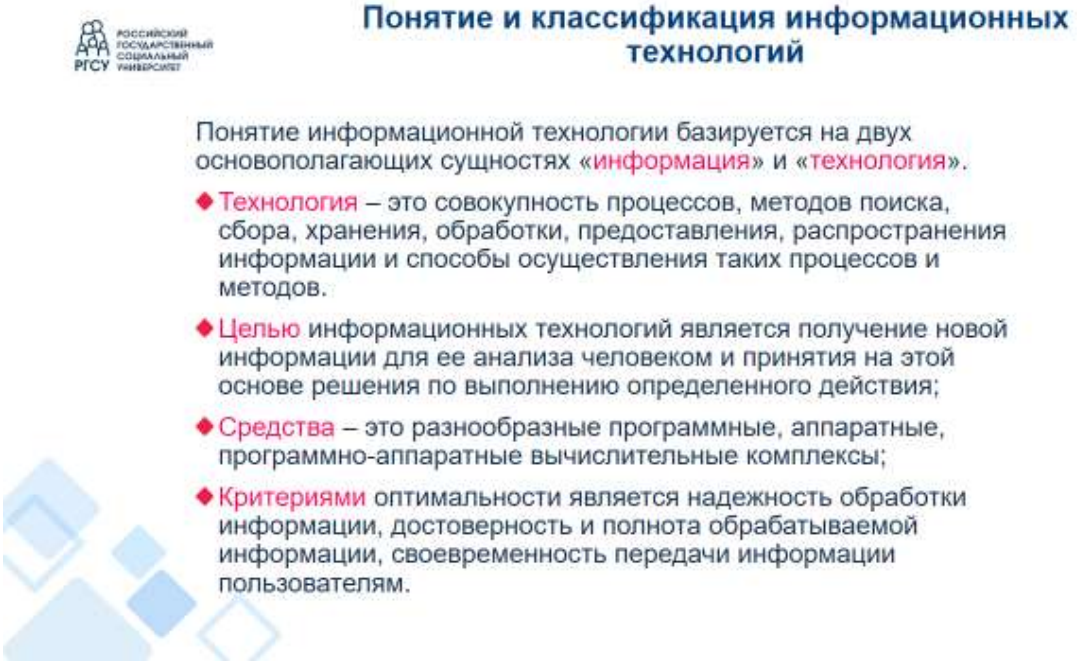
Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Перспективы развития адаптивных информационных технологий.
2. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис.
3. Технологии виртуальной реальности в адаптивных задачах.
4. Технологии дополненной реальности в адаптивных задачах.
5. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий.
6. Технологии распознавания текста и обработки файлов.
7. Системы управления контентом.
8. Обзор практик организации дистанционного обучения.
9. Структура и инструментарий учебного курса в ЭИОС РГСУ.
10. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет.
11. Технические средства телекоммуникационных технологий.
12. Программные средства телекоммуникационных технологий.
13. Почтовые клиенты: обзор.
14. Технологии работы с электронной почтой.
15. Рассылка документов средствами офисных программ.
16. Системы электронного документооборота.
17. Назначение и сущность технологии телеконференций.
18. Вебинары. Системы обеспечения и проведения вебинаров.
19. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line.
20. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Основы современных адаптивных информационных технологий.

Тема 1.1. Особенности современных адаптивных информационных технологий.



Тема 1.2. Использование адаптированной компьютерной техники.

РАЗДЕЛ 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации.

Тема 2.1. Дистанционные образовательные технологии.

Тема 2.2. Технические и программные средства телекоммуникационных технологий.

АДАПТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- признаки интеллектуальных систем адаптивного обучения:
- - возможность создавать автоматизированные процессы, которые сокращают количество ручных процессов обучения;
- - возможность создавать последовательную прогрессию навыков и компетенций;
- - возможность использовать комбинации контрольных, диагностических и формирующих оценок для более оперативной и непрерывной оценки, возможность собирать, вычислять и оценивать данные;
- - способность самоорганизовывать информацию и данные в результате умозаключений для формирования постоянной и устойчивой обратной связи в цикле преподавания и обучения.

АДАПТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- четыре типа и варианта систем адаптивного обучения:

адаптивные системы на основе машинного обучения;	усовершенствованные алгоритмические адаптивные системы;
адаптивные системы на основе правил;	адаптивные системы на основе дерева решений.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета комплексной безопасности и основ военной подготовки

_____ В.В. Леонов

19» февраля 2025 г..

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ ВОЕННОЙ ПОДГОТОВКИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры основ военной подготовки

Протокол № 6 от «19» февраля 2025г.

Заведующий кафедрой
канд. ист. наук

В.В. Леонов

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 11
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 16
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 16
3.1.1. Основная литература 16
3.1.2. Дополнительная литература 17
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 19
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 19
3.3.1. Средства информационных технологий 19
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 20
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 20
3.4. Образовательные технологии 20
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 20
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 22
Приложение 1. 23
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 23
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 23
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 30
Приложение 2. 41
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 41
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 41
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 49
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 57
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 62
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 70

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися образовательных организаций высшего образования знаний, умений и навыков, необходимых для их становления (далее – вуз) в качестве граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Изучением дисциплины (модуля) достигается понимание обучающимися необходимости подготовки граждан Российской Федерации к военной службе, воспитание любви к Родине, чувства патриотизма, готовности к защите Отечества и формирование первичных умений и навыков для подготовки обучающихся к военной службе.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Приобретение понимания главных положений военной доктрины Российской Федерации, а также основ военного строительства и структуры Вооруженных Сил Российской Федерации (далее – ВС РФ), раскрытие специфики деятельности различных категорий военнослужащих ВС РФ.
2. Формирование высокого общественного сознания и воинского долга, воспитание дисциплинированности, высоких морально-психологических качеств личности гражданина – патриота.
3. Овладение знаниями уставных норм и правил поведения военнослужащих, навыками строевой подтянутости, уважительного отношения к воинским ритуалам и традициям, военной форме одежды.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1 Знает основы и правила обеспечения безопасности жизнедеятельности, классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека, правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности	**Знать:** основные положения общевоинских уставов ВС РФ; организацию внутреннего порядка в подразделении; основные положения Курса стрельб из стрелкового оружия; устройство стрелкового оружия, боеприпасов и ручных гранат; предназначение, задачи и организационно-штатную структуру общевойсковых подразделений; основные факторы, определяющие характер, организацию и способы ведения современного общевойскового боя; общие сведения о ядерном, хими-
	УК-8.2 Осуществляет оперативные действия в случае возникновения чрезвычайных ситуаций в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов	
	УК-8.3 Создает и поддерживает безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельно-	

	сти, адекватно реагирует на возникновение чрезвычайных ситуаций и предотвращает негативные последствия для сохранения природной среды	ческом и биологическом оружии, средствах его применения; правила поведения и меры профилактики в условиях заражения радиоактивными, отравляющими веществами и бактериальными средствами; тактические свойства местности, их влияние на действия подразделений в боевой обстановке; назначение, номенклатуру и условные знаки топографических карт; основные способы и средства оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; тенденции и особенности развития современных международных отношений, место и роль России в многополярном мире, основные направления социально-экономического, политического и военно- технического развития страны; основные положения Военной доктрины РФ; правовое положение и порядок прохождения военной службы; **Уметь:** правильно применять и выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ; осуществлять разборку и сборку автомата (АК-74) и пистолета (ПМ), подготовку к боевому применению ручных гранат; оборудовать позицию для стрельбы из стрелкового оружия; выполнять мероприятия радиационной, химической и биологической защиты; читать топографические карты различной номенклатуры; давать оценку международным военно-политическим и внутренним событиям и фактам с позиции патриота своего Отечества; применять положения нормативно-правовых актов; **Владеть:** строевыми приемами на месте и в движении; навыками управления строями взвода; навыками стрельбы из стрелкового оружия;

		навыками подготовки к ведению общевойскового боя; навыками применения индивидуальных средств РХБ защиты; навыками ориентирования на местности по карте и без карты; навыками применения индивидуальных средств медицинской защиты и подручных средств для оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; навыками работы с нормативно-правовыми документами.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**68**		**68**		
Лекционные занятия	26		26		
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	42		42		
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**31**		**31**		
Контроль промежуточной аттестации	**9**		**9**		
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*		*Зачет с оценкой*		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**		**108**		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**12**	**12**			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**92**	**92**			

Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*	*Зачет с оценкой*			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**				
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 2)							
Раздел 1. Военно-политическая подготовка	**12**	**4**	**8**	**4**		**4**	
Тема 1.1. Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны	6	2	4	2		2	
Тема 1.2. Цели, задачи и принципы военно-политической работы. Направления, формы, средства и методы военно-политической работы в ВС РФ. Организация военно-политической подготовки в подразделении, требования руководящих документов	6	2	4	2		2	
Раздел 2. Правовая подготовка	**9**	**3**	**6**	**4**		**2**	
Тема 2.1. Военная доктрина РФ. Правовые основы государственной политики России в области ядерного сдерживания	3	1	2	2			
Тема 2.2. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы	6	2	4	2		2	
Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ	**10**	**2**	**8**	**2**		**6**	
Тема 3.1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание	5	1	4	2		2	
Тема 3.2. Внутренний порядок и суточный наряд. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы	5	1	4			4	
Раздел 4. Строевая подготовка	**6**	**2**	**4**	**2**		**2**	
Тема 4.1. Строевые приемы и движение без оружия	6	2	4	2		2	
Раздел 5. Огневая подготовка из стрелко-	**20**	**6**	**14**			**14**	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*
вого оружия							
Тема 5.1. Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия	3	1	2			2	
Тема 5.2. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат	9	3	6			6	
Тема 5.3. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия	8	2	6			6	
Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений	**15**	**5**	**10**	**6**		**4**	
Тема 6.1. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи	3	1	2	2			
Тема 6.2. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ	3	1	2	2			
Тема 6.3. Основы общевойскового боя	3	1	2	2			
Тема 6.4. Основы инженерного обеспечения и связи	3	1	2			2	
Тема 6.5. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника	3	1	2			2	
Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита	**9**	**3**	**6**	**2**		**4**	
Тема 7.1. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие	3	1	2	2			
Тема 7.2. Средства, приемы и способы радиационной, химической и биологической защиты	6	2	4			4	
Раздел 8. Военная топография	**6**	**2**	**4**	**2**		**2**	
Тема 8.1. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам	3	1	2	2			
Тема 8.2. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказание по карте	3	1	2			2	
Раздел 9. Основы военно-медицинской	**12**	**4**	**8**	**4**		**4**	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*
подготовки							
Тема 9.1. Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена.	6	2	4	2		2	
Тема 9.2. Первая помощь при ранениях, травмах на поле боя. Средства оказания первой помощи. Эвакуация раненых.	6	2	4	2		2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**						
Общий объем, часов	**108**	**31**	**68**	**26**		**42**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1, Сессии 1-2)							
Раздел 1. Военно-политическая подготовка	**6**	**4**	**2**	**2**			
Тема 1.1. Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны	**3**	**2**	1	1			
Тема 1.2. Цели, задачи и принципы военно-политической работы. Направления, формы,	**3**	**2**	1	1			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**				
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*
средства и методы военно-политической работы в ВС РФ. Организация военно-политической подготовки в подразделении, требования руководящих документов.							
Раздел 2. Правовая подготовка	**5**	**4**	**1**			**1**	
Тема 2.1. Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания	2	2					
Тема 2.2. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы	3	2	1			1	
Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ	**13**	**12**	**1**	**1**			
Тема 3.1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание	7	6	1	1			
Тема 3.2. Внутренний порядок и суточный наряд. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы	6	6					
Раздел 4. Строевая подготовка	**7**	**6**	**1**			**1**	
Тема 4.1. Строевые приемы и движение без оружия		6	1			1	
Раздел 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия	**17**	**15**	**2**			**2**	
Тема 5.1. Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия	7	6	1			1	
Тема 5.2. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат	7	6	1			1	
Тема 5.3. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия	3	3					
Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений	**17**	**15**	**2**	**1**		**1**	
Тема 6.1. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи	4	3	1	1			
Тема 6.2. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ	3	3					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 6.3**.** Основы общевойскового боя	4	3	1			1	
Тема 6.4. Основы инженерного обеспечения и связи	3	3					
Тема 6.5. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника	3	3					
Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита	**13**	**12**	**1**			**1**	
Тема 7.1. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие	6	6					
Тема 7.2. Средства, приемы и способы радиационной, химической и биологической защиты	7	6	1			1	
Раздел 8. Военная топография	**13**	**12**	**1**			**1**	
Тема 8.1. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам	6	6					
Тема 8.2. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказание по карте	7	6	1			1	
Раздел 9. Основы военно-медицинской подготовки	**13**	**12**	**1**			**1**	
Тема 9.1. Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена.	6	6					
Тема 9.2. Первая помощь при ранениях, травмах на поле боя. Средства оказания первой помощи. Эвакуация раненых.	7	6	1			1	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**						
Общий объем, часов	**108**	**92**	**12**	**4**		**8**	

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Тема 1.1. Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны

Перечень изучаемых элементов содержания

Современная геополитическая ситуация и положение России в современном мире. Новые тенденции и особенности развития современных международных отношений. США, НАТО и их союзники главные источники международной опасности. Специальная военная операция - ответ России на глобальные угрозы Запада суверенитету и безопасности России. Место и роль России в многополярном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития Российской Федерации.

Тема 1.2. Цели, задачи и принципы военно-политической работы. Направления, формы, средства и методы военно-политической работы в ВС РФ.

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели, задачи и принципы военной подготовки. Воспитание любви к Родине, чувства патриотизма, готовности к защите Отечества - приоритетное направление государственной политики. Всесторонняя подготовка граждан Российской Федерации к военной службе, повышение престижа военной службы. Направления, формы, средства и методы военно-политической работы. Организация военно-политической подготовки в подразделении, требования руководящих документов.

РАЗДЕЛ 2. ПРАВОВАЯ ПОДГОТОВКА

Тема 2.1. Военная доктрина РФ. Правовые основы государственной политики России в области ядерного сдерживания

Перечень изучаемых элементов содержания

Военная доктрина-организационно-правовая основа военной политики и законодательства России Понятие, структура, основные положения содержания Военной доктрины Российской Федерации. Военные опасности и военные угрозы Российской Федерации. Основные задачи Российской Федерации по сдерживанию и предотвращению военных конфликтов. Основные задачи Вооруженных Сил, других войск и органов в мирное время. Основы государственной политики Российской Федерации в области ядерного сдерживания. Условия перехода РФ к применению ядерного оружия.

Тема 2.2. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы

Перечень изучаемых элементов содержания

Правовая основа воинской обязанности и военной службы. Понятие военной службы, ее виды и их характеристики. Структура военного законодательства Российской Федерации и основные положения законодательства Российской Федерации о воинской обязанности и военной службе. Содержание воинской обязанности. Правовое положение военнослужащих и порядок прохождения военной службы. Обязанности граждан по воинскому учету.

РАЗДЕЛ 3. ОБЩЕВОИНСКИЕ УСТАВЫ ВС РФ

Тема 3.1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание

Перечень изучаемых элементов содержания

Структура, требования и основное содержание общевоинских уставов. Права военнослужащих. Общие обязанности военнослужащих. Воинские звания. Единоначалие. Начальники и подчиненные. Старшие и младшие. Приказ и приказание. Порядок отдачи и выполнение приказа. Воинская вежливость и воинская дисциплина военнослужащих.

Тема 3.2. Внутренний порядок и суточный наряд

Перечень изучаемых элементов содержания

Размещение военнослужащих. Распределение времени и внутренний порядок. Суточный наряд роты, его предназначение, состав. Дневальный, дежурный по роте. Развод суточного наряда. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. Обязанности разводящего, часового.

Перечень изучаемых элементов содержания

РАЗДЕЛ 4. СТРОЕВАЯ ПОДГОТОВКА

Тема 4.1. Строевые приемы и движение без оружия

Перечень изучаемых элементов содержания

Строй и его элементы. Виды строя. Сигналы для управления строем. Команды и порядок их подачи. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю. Строевой расчет. Строевая стойка. Выполнение команд: "Становись", "Равняйсь", "Смирно", "Вольно", "Заправиться". Повороты на месте. Строевой шаг. Движение строевым шагом. Движение строевым шагом в составе подразделения. Повороты в движении. Движение в составе взвода. Управление подразделением в движении.

РАЗДЕЛ 5. ОГНЕВАЯ ПОДГОТОВКА ИЗ СТРЕЛКОВОГО ОРУЖИЯ

Тема 5.1. Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия

Перечень изучаемых элементов содержания

Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке. Цель и задачи огневой подготовки. Основы внутренней и внешней баллистики. Явление выстрела и его периоды. Отдача оружия. Прочность и живучесть ствола. Начальная скорость полета пули. Элементы траектории выстрела. Способы определения дальности до цели. Правильное прицеливание и ошибки при прицеливании. Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия. Выбор вида, режима, способа ведения и момента открытия огня. Исходные установки для стрельбы. Корректировка огня.

Тема 5.2. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат

Перечень изучаемых элементов содержания

Назначение, состав, боевые свойства, материальная часть и порядок неполной разборки и сборки АК-74 (РПК -74). Назначение, состав, боевые свойства и порядок неполной разборки сборки пистолета ПМ и СВД. Назначение, состав, боевые свойства РПГ-7. Назначение, боевые свойства и материальная часть ручных гранат. Выполнение неполной разборки и сборки АК-74 (РПК-74) и подготовка их к боевому применению. Выполнение неполной разборки и сборки пистолета ПМ и подготовка его к боевому применению. Снаряжение магазинов и подготовка ручных гранат к боевому применению.

Тема 5.3. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия

Перечень изучаемых элементов содержания

Проверка знаний требований безопасности при организации и проведении стрельб и мер безопасности при обращении со стрелковым оружием. Основные положения курса стрельб из стрелкового оружия. Порядок выполнения упражнения учебных стрельб. Выполнение подготовительных упражнений в изготовке для стрельбы и производстве выстрела в электронном тире. Выполнение учебных стрельб из пневматического и (или) мелкокалиберного оружия в стрелковой галерее тира РГСУ.

РАЗДЕЛ 6. ОСНОВЫ ТАКТИКИ ОБЩЕВОЙСКОВЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ

Тема 6.1. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи

Перечень изучаемых элементов содержания

Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Назначение, структура мотострелковых и танковых подразделений сухопутных войск и отдельных родов войск (РВСН и ВДВ) их задачи в бою. Боевое предназначение входящих в них подразделений.

Тема 6.2. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ

Перечень изучаемых элементов содержания

Тактико-технические характеристики основных образцов вооружения и техники видов и родов войск Вооруженных Сил Российской Федерации. Вооружение и боевая техника мотострелкового взвода (отделения).

Тема 6.3. Основы общевойскового боя

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность современного общевойскового боя, его характеристики и виды. Основные факторы, определяющие характер, организацию и способы ведения современного общевойскового боя. Способы ведения современного общевойскового боя и средства вооруженной борьбы. Назначение, классификация беспилотных летательных аппаратов (бпла) и способы противодействия им.

Тема 6.4. Основы инженерного обеспечения и связи

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений. Назначение, классификация инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, укрытия, убежища. Обеспечение бесперебойной связи важнейшее условие непрерывного управления войсками. Виды и средства связи, применяемые в подразделениях тактического звена.

Тема 6.5. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника

Перечень изучаемых элементов содержания

Организация, вооружение, боевая техника подразделений мотопехотного батальона (мпб) роты (мпр) и танкового батальона (тб) роты (тр) армии США. Организация, вооружение, боевая техника подразделений мпб и тб армии Германии (НАТО).

РАЗДЕЛ 7. РАДИАЦИОННАЯ, ХИМИЧЕСКАЯ И БИОЛОГИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА

Тема 7.1. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие

Перечень изучаемых элементов содержания

Ядерное оружие. Средства применения. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения. Химическое оружие. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения. Зажигательное оружие. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Тема 7.2. Средства, приемы и способы радиационной, химической и биологической защиты

Перечень изучаемых элементов содержания

Цель, задачи и мероприятия РХБ защиты. Мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка. Цели и порядок проведения частичной и полной специальной обработки. Технические средства и приборы радиационной, химической и биологической защиты. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования. Подгонка и техническая проверка средств индивидуальной защиты.

РАЗДЕЛ 8. ВОЕННАЯ ТОПОГРАФИЯ

Тема 8.1. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам.

Перечень изучаемых элементов содержания

Местность как элемент боевой обстановки. Способы ориентирования на местности без карты. Способы измерения расстояний. Движение по азимутам.

Тема 8.2. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказание по карте.

Перечень изучаемых элементов содержания

Геометрическая сущность, классификация и назначение топографических карт. Определение географических и прямоугольных координат объектов по карте. Целеуказание по карте.

РАЗДЕЛ 9. ОСНОВЫ ВОЕННО-МЕДИЦИНСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Тема 9.1. Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена.

Перечень изучаемых элементов содержания

Медицинское обеспечение - как вид всестороннего обеспечения войск. Обязанности и оснащение должностных лиц медицинской службы тактического звена в бою.

Тема 9.2. Первая помощь при ранениях, травмах на поле боя.

Перечень изучаемых элементов содержания

Общие правила оказания самопомощи и взаимопомощи. Первая помощь при ранениях и травмах. Первая помощь при поражении отравляющими веществами, бактериологическими средствами. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим в условиях военного времени, ведения военных (боевых) действий, а также правила ее оказания (алгоритм и содержание мероприятий) в соответствии с приказом Министра обороны Российской Федерации от 9 декабря 2022 г. № 760. Предназначение и комплектация аптечек, медицинских сумок и медицинских комплектов для оказания первой помощи. Виды и состав армейских аптечек. Эвакуация раненых с поля боя в тыл. Алгоритм эвакуационных действий по зонам. Средства эвакуации.

Перечень изучаемых элементов содержания

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Тактическая подготовка : учебное пособие : в 2 частях : [16+] / А. Г. Борисов, К. В. Анистратенко, Е. Ю. Лубашев [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Борисова ; Южный федеральный университет, Военный учебный центр. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2022. – Часть 1. – 272 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698717. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-4190-4 (Ч. 1). – ISBN 978-5-9275-4189-8. – Текст : электронный.

2. Араев, С. И. Военное ориентирование на местности : учебное пособие / С. И. Араев, Р. Н. Нурулин. — Москва : МАИ, 2021. — 83 с. — ISBN 978-5-4316-0853-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/207407. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Араев, С. И. Порядок прохождения военной службы и организация правового воспитания военнослужащих : учебное пособие / С. И. Араев, Ю. Н. Забнин. — Москва : МАИ, 2021. — 78 с. — ISBN 978-5-4316-0822-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/207410. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Денисенко, С. Н. Военная топография: учебное пособие / С. Н. Денисенко, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 131 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/353837. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Денисенко, С. Н. Радиационная, химическая и биологическая защита : учебное пособие / С. Н. Денисенко, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 163 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/3538 13. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Основы военной подготовки : учебное пособие / С. Н. Денисенко, А. Ю. Смирнов, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 779 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/353828. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Основы медицинского обеспечения: учебное пособие / С. Н. Денисенко, А. Ю. Смирнов, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург: СПбГТИ (ТУ), 2023. — 152

с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/353825. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Смирнов, А. Ю. Военно-политическая подготовка. Россия в современном мире : учебное пособие / А. Ю. Смирнов, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 71 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/370865. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9. Смирнов, А. Ю. Правовая подготовка. Военная доктрина Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы : учебное пособие / А. Ю. Смирнов, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 86 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/370868. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

10. Хрусталев, А. М. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации : учебно-методическое пособие / А. М. Хрусталев, А. Ю. Смирнов, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2024. — 159 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/385031. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

11. Хрусталев, А. М. Строевая подготовка : учебно-методическое пособие / А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 59 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/353831. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3.1.2. Дополнительная литература

1. Туркот, Ю. В. Военно-инженерная подготовка : учебное пособие : [16+] / Ю. В. Туркот ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2023. – 198 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=713490. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-4542-1. – Текст : электронный.

2. Борисов, А. Г. Общевоенная подготовка : учебное пособие : в 3 частях : [16+] / А. Г. Борисов, О. В. Ященко ; под общ. ред. А. Г. Борисова ; Южный федеральный университет, Военный учебный центр. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2023. – Часть 3. – 350 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=713462. – ISBN 978-5-9275-4449-3 (ч. 3). – ISBN 978-5-9275-4191-1. – Текст : электронный.

3. Общевоенная подготовка : учебное пособие : в 2 частях : [16+] / А. Г. Борисов, К. В. Анистратенко, Е. Ю. Лубашев [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Борисова ; Южный федеральный университет, Военный учебный центр. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2022. – Часть 1. – 416 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698716. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-4192-8 (Ч. 1). – ISBN 978-5-9275-4191-1. – Текст : электронный.

4. Основы военной подготовки : учебное пособие / С. Н. Денисенко, А. Ю. Смирнов, А. М. Хрусталев, И. Г. Штеренберг. — Санкт-Петербург : СПбГТИ (ТУ), 2023. — 779 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/353828. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Борисов, А. Г. Общевоенная подготовка : учебное пособие : в 3 частях : [16+] / А. Г. Борисов, О. В. Ященко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2023. – Часть 2. – 364 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. –

URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712833. – ISBN 978-5-9275-4448-6 (ч. 2). – ISBN 978-5-9275-4191-1. – Текст : электронны

6. Зиамбетов, В. Ю. Основы военной подготовки : учебное пособие / В. Ю. Зиамбетов, А. И. Байтелова. — Оренбург : ОГУ, 2023. — 221 с. — ISBN 978-5-7410-3016-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/422828 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Байрамуков, Ю. Б. Военно-политическая подготовка : учебник / Ю. Б. Байрамуков, В. С. Янович, П. Е. Арефьев. — Красноярск : СФУ, 2020. — 364 с. — ISBN 978-5-7638-4277-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/181602. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Байрамуков, Ю.Б. Радиационная, химическая и биологическая защита: учебник / Ю.Б. Байрамуков, М.Ф. Анакин, В.С. Янович ; под редакцией Ю.Б. Торгованова. — Красноярск : СФУ, 2015. — ISBN 978-5-7638-3321-8. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/128746. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9. Байрамуков, Ю.Б. Тактическая подготовка курсантов учебных военных центров : учебник / Ю.Б. Байрамуков ; под редакцией Ю.Б. Торгованова. — Красноярск : СФУ, 2018. — ISBN 978-5-7638-3841-1. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/128744. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

10. Основы обороны государства и военной службы : учебно-методическое пособие / составители С. К. Сарыг [и др.]. — Кызыл : ТувГУ, 2020. — 84 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/175196. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

11. Стратегии национальной безопасности Российской Федерации (утв. Указом Президента РФ от 02.07.2021 N 400) URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/.

12. Указ Президента РФ от 10.11.2007 N 1495 «Об утверждении общевоинских уставов Вооруженных Сил Российской Федерации» (вместе с «Уставом внутренней службы Вооруженных Сил Российской Федерации», «Дисциплинарным уставом Вооруженных Сил Российской Федерации», «Уставом гарнизонной и караульной служб Вооруженных Сил Российской Федерации») URL: https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=470825&dst=100004.

13. Приказ Министра обороны Российской Федерации от 13.06.2023 № 340 «Об утверждении Порядка организации подготовки военнослужащих и медицинских специалистов медицинских (военно-медицинских) организаций, частей и медицинских (военно-медицинских) подразделений Вооруженных Сил Российской Федерации по проведению мероприятий по оказанию первой помощи». URL: https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=451111&dst=100002,1.

14. Приказ Министра обороны Российской Федерации от 28 декабря 2021 г. №803 «Об организации военно-политической подготовки в Вооружённых Силах Российской Федерации». URL: *Приказ Министра обороны РФ от 28.12.2021 N 803 "Об утверждении Руководства по организации военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации" {КонсультантПлюс}*.

15. Приказ Министра обороны РФ от 11.03.2006 N 111 «Об утверждении строевого устава Вооруженных Сил Российской Федерации» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103092/f2f6c343b059b2bb07e11c2fce01ccd3e38ca56f/.

16. Приказ Министра обороны РФ от 22.02.2019 N 95 «Об организации военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации». *Приказ Министра обороны РФ от 22.02.2019 N 95 "Об организации военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации" {КонсультантПлюс}*.

17. Приказ Минобороны России от 09.12.2022 № 760 «Об утверждении Перечня состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим ВС РФ, войск национальной гвардии РФ, спасательных воинских формирований МЧС РФ, СВР РФ, органов ФСБ, органов государственной охраны, органов военной прокуратуры, военных следственных органов Следственного комитета РФ, Главного управления специальных программ Президента РФ в условиях военного времени, ведения военных (боевых) действий, выполнения боевых (учебно-боевых), служебно-боевых (оперативно-служебных) задач в области обороны, а также правил ее оказания» (Зарегистрирован 26.12.2022 № 71805). URL: https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=435483&dst=100003.

18. **Интернет – ресурс:** https://www.mil.ru/_- сайт Министерства обороны Российской Федерации.

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами

обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. Военно-политическая подготовка

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Современная военно-политическая ситуация в мире.
2. Россия в многополярном мире.
3. Объективные причины проведения специальной военной операции России на Украине.
4. Шесть волн расширения НАТО на Восток.
5. Санкционная политика Запада в отношении России.
6. Национальные интересы Российской Федерации и стратегические национальные приоритеты.
7. Оборона страны – национальный стратегический приоритет России.
8. Основные направления социально-экономического развития РФ.
9. Основные направления политического развития РФ.
10. Основные направления военно-технического развития РФ.
11. Какие цели в области обороны страны поставлены в Стратегии национальной безопасности для защиты национальных интересов Российской Федерации?
12. Каким путем в рамках реализации военной политики стратегического сдерживания достигаются цели обороны страны?
13. Решению каких задач в рамках достижения целей обороны в Стратегии уделяется особое внимание?
14. Какие традиционные ценности в рамках защиты реализуемых национальных приоритетов определены Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809?
15. Назовите основные направления обеспечения экономической безопасности, определенные Стратегией национальной безопасности Российской Федерации?
16. Система военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
17. Цели и задачи военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
18. Силы и средства военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

19. Принципы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

20. Формы и методы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

21. Функции военно-политических органов в Вооруженных Силах Российской Федерации.

22. Вопросы военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации.

23. Защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти один из ключевых национальных приоритетов, реализуемых в соответствии с Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809.

24. Вопросы противодействия информационно-психологическому воздействию противника.

25. Силы и средства информационно-психологических операций, проводимых противником.

Раздел 2. Правовая подготовка

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Понятие, правовые основы и структура Военной доктрины Российской Федерации?
2. Основные понятия и термины Военной доктрины Российской Федерации?
3. Военные опасности и военные угрозы Российской Федерации?
4. Военная политика Российской Федерации?
5. Основные задачи Российской Федерации по сдерживанию и предотвращению военных конфликтов?
6. Применение Вооруженных Сил, других войск и органов для отражения агрессии?
7. Применение Российской Федерацией высокоточного и ядерного оружия?
8. Государственная политика Российской Федерации в области ядерного сдерживания?
9. Условия, определяющие возможность применения Россией ядерного оружия?
10. Основные задачи Вооруженных Сил, других войск и органов в мирное время.
11. Структура военного законодательства Российской Федерации?
12. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы.
13. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы».
14. Понятие и содержание воинской обязанности?
15. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту.
16. Исполнение обязанностей военной службы.
17. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы?
18. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации.
19. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания.
20. Обязанности граждан по воинскому учету.

Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Что такое внутренний порядок?
2. Чем достигается внутренний порядок?
3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав?
4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте?
5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте?
6. Перечислите обязанности дневального по роте.
7. Что запрещается очередному дневальному?
8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда?
9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку?
10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?
11. Размещение военнослужащих.
12. Распределение времени и внутренний порядок.
13. Суточный наряд роты, его предназначение, состав.
14. Дневальный, дежурный по роте.
15. Развод суточного наряда.
16. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.
17. Что называется караулом, его состав, назначение и виды?
18. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего?
19. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы?
20. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам?
21. Назовите обязанности часового.
22. Что запрещается часовому?
23. Назовите обязанности разводящего.
24. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды должен нести службу?
25. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле
26. Подготовка караулов.
27. Организация и несение караульной службы.
28. Внутренний порядок в караулах.
29. Охрана караулом объектов с применением технических средств охраны.
30. Участие войск гарнизона в обеспечении режима чрезвычайного положения и в предупреждении и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Раздел 4. Строевая подготовка

Форма рубежного контроля – проверка демонстрации навыка подачи и выполнения строевых команд, устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Что такое строй?
2. Чем такое шеренга и линия машин?
3. Что такое фронт и тыльная сторона строя?
4. Что такое фланг, интервал и дистанция
5. Что такое ряд, ширина строя и глубина строя?
6. Какими могут быть одношереножный и двухшереножный строи?
7. Что такое колонна, какой военнослужащий называется направляющим и замыкающим?
8. Что такое развернутый и походный строй?
9. Обязанности военнослужащих перед построением и в строю?
10. Как осуществляется управление строем?

Задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

Выполнение и подача команд и управление подразделением, на месте и в движении:

1. «Отделение - СТАНОВИСЬ».
2. «Отделение - РАВНЯЙСЬ».
3. «Отделение -СМИРНО».
4. «Отделение - ВОЛЬНО», «ЗАПРАВИТЬСЯ», «РАЗОЙДИСЬ».
5. «Отделение - нале-ВО», «Отделение напра-ВО».
6. «Отделение - кру-ГОМ».
7. «Отделение - строевым шагом - МАРШ».
8. «Отделение - правое плечо вперед - МАРШ».
9. «Отделение - левое плечо вперед - МАРШ».
10. «Отделение - кругом – МАРШ».

Раздел 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия

Форма рубежного контроля – демонстрации навыка выполнения учебных стрельб и практических действий с оружием, устный опрос.

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Знание терминов боевых (тактических) характеристик стрелкового оружия и боеприпасов.
2. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств пистолета Макарова (ПМ).
3. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств снайперской винтовки Драгунова (СВД).
4. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств гранатомета РПГ-7В и ручных осколочных гранат.
5. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств автомата АК-74.
6. Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием;
7. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке.
8. Требования безопасности при неполной разборке и сборке АК-74.
9. Назначение и составные части АК-74.
10. Порядок сборки разборки АК-74.

Задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

Продемонстрируйте навыки выполнения команд:

1. «Автоматчику Петрову (Петровой) - огневая позиция у отдельного куста (там-то) - к бою – Вперед».
2. В составе отделения: «Очередная смена на огневой рубеж - к бою – Вперед», «Огонь».
3. «Приготовиться к атаке», «В атаку - вперед».
4. «Прекратить огонь, разряжай» (при выполнении упражнения в движении – «Стой, прекратить огонь, разряжай», «Оружие к осмотру».
5. Выполнение упражнения контрольных стрельб в соответствии курсом стрельб из стрелкового оружия.

Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Сущность и содержание общевойскового боя.
2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою.
3. Способы ведения общевойскового боя.
4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений.
5. Боевой порядок мотострелкового взвода.
6. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений.
7. Назначение, классификация инженерных боеприпасов и их характеристики.
8. Назначение, классификация инженерных заграждений и их характеристики.
9. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, их маскировка.
10. Полевые фортификационные сооружения: укрытия, убежища.
11. Виды и средства связи, применяемые в подразделениях тактического звена.
12. Порядок оборудования одиночного стрелкового окопа, его элементы и размеры.
13. Приемы выполнения работ при оборудовании окопа для стрельбы лежа и последовательность его расширения для стрельбы с колена и стоя.
14. Современные виды связи, применяемые в Вооруженных силах Российской Федерации.
15. Приемы и методы обеспечения устойчивой, бесперебойной связи в подразделениях тактического звена.
16. Дайте определение понятию «Вооруженные силы Российской Федерации»?
17. Кто, в соответствии с Конституцией осуществляет руководство, а кто управление Вооруженными Силами Российской Федерации?
18. Разъясните предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации и назовите основные решаемые ими задачи в мирное время, в период непосредственной угрозы военного нападения на РФ и в военное время?
19. Дайте определение понятию «Вид вооруженных сил» и «Род войск вооруженных сил». Назовите Виды ВС РФ и Рода войск ВСРФ.
20. Раскройте предназначение и общую структуру Сухопутных войск, Военно-Морского флота, Воздушно-космических сил, Ракетных войск стратегического назначения, Воздушно-десантных войск.

21. Назовите образцы вооружения Сухопутных войск и сообщите основные тактико-технические характеристики: автомата Калашникова АК-74, БМП-3, БТР-80, Танка Т-90, Реактивной системы залпового огня БМ-21 «Град».

22. Назовите образцы вооружения Военно-морского флота ВС РФ и сообщите основные тактико-технические характеристики: Тяжелого авианесущего крейсера «Адмирал Флота Советского Союза Кузнецов».

23. Назовите образцы вооружений Воздушно-космических сил и сообщите основные тактико-технические характеристики боевого самолета МИГ-31.

24. Назовите ракетные комплексы стратегического назначения, состоящие на вооружении Ракетных войск стратегического назначения ВС РФ.

25. Назовите тактико-технические характеристики БМД-3.

26. Типовая организационная структура мотопехотного батальона армии США и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП М2 «Брэдли»

27. Танковый батальон армии США, его типовая организационная структура и основное вооружение. Основные тактико-технические характеристики танка М1 «Абрамс»

28. Мотопехотный батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП «Мардер» и БТР «Фукс».

29. Танковый батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики танка «Леопард-2».

30. Назовите преимущества в тактико-технических характеристиках танка Т-90 в сравнении с танком М1 «Абрамс» и «Леопард-2».

Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Форма рубежного контроля – демонстрация навыков использования средств индивидуальной защиты, устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Ядерное оружие. Средства его применения.
2. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.
3. Химическое оружие. Средства его применения.
4. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека.
5. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности.
6. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения.
7. Зажигательное оружие. Средства его применения.
8. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

Продемонстрируйте навыки:

1. Проведения проверки и подгонки индивидуальных средств защиты.
2. Проведения специальной обработки: дегазация.
3. Проведения специальной обработки: дезактивация.
4. Проведения специальной обработки: дезинфекция.
5. Проведения специальной обработки: санитарная обработка.
6. Проведения частичной специальной обработки.
7. Проведения полной специальной обработки.
8. Использования индивидуального противохимического пакета (ИПП-11).
9. Применения войскового прибора химической разведки (ВПХР).
10. Пользования индивидуальным дозиметром.

Раздел 8. Военная топография

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Какую информацию содержат пояснительные подписи на карте?
2. Как изображается рельеф на топографических картах?
3. Какие цвета используются для изображения объектов на топографических картах?
4. Как оформляется лист карты?
5. Способы измерения расстояний по карте.
6. Способы оценки площадей объектов по карте.
7. Как определяют расстояние глазомерно? Какие факторы оказывают влияние на точность глазомерного определения расстояния?
8. Способ измерения расстояния шагами.
9. Как определяется расстояние по времени и скорости движения (по соотношению скоростей звука и света)?
10. Как определяется расстояние на слух?
11. Дать определение ориентирования на местности.
12. Определение сторон горизонта различными способами.
13. Что значит ориентировать карту? Какими способами может быть выполнено ориентирование карты?
14. Как ориентируют карту по компасу (по Полярной звезде)?

Раздел 9. Основы военно-медицинской подготовки

Форма рубежного контроля – устный опрос

Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. Нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
2. Общие правила оказания первой помощи.
3. Алгоритм оказания первой помощи.
4. Сущность оказания первой помощи.
5. Порядок проведения сердечно-легочной реанимации.

6. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.

7. Правила оказания первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.

8. Дополнительные мероприятия по оказанию первой помощи, которые проводятся военнослужащими и медицинскими специалистами, прошедшими подготовку по программам подготовки по оказанию первой помощи, утвержденным Министерством обороны Российской Федерации, ФОИВ и (органами), уполномоченными в области управления другими войсками, воинскими формированиями.

9. Первая помощь при ранениях. Особенности проведении мероприятий по оказанию первой помощи раненому на поле боя.

10. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.

11. Комплектация аптечек и медицинских комплектов.

12. Тактическая аптечка.

13. Способы эвакуация раненых с поля боя в тыл.

14. Особенности эвакуации раненых военнослужащих в укрытие.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс1, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	1-40
Всего:		40

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции УК-8:

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В состав суточного наряде по роте входят:

1. Дежурный по роте и дневальные по роте.
2. Дежурный по роте и дневальные по парку.
3. Дежурный по роте и дежурный сигналист.

Ответ: _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Суточный наряд по роте вооружается:

1. Пистолетами.
2. Автоматами.
3. Штык-ножами.

Ответ: _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Полное наименование воинской части содержится:

1. На знамени.
2. В приказе Минобороны.
3. В грамоте Президента.

Ответ: _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

При рукопожатии первыми подают руку:

1. Старшие.
2. Младшие.
3. Можно одновременно.

Ответ: _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

ВС РФ территориально состоят из:

1. Трёх военных округов.
2. Пяти военных округов.
3. Четырёх военных округов и объединенного стратегического командования (ОСК) «Северный флот».

Ответ: _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Среди указанных офицеров старшим по званию является:

1. Майор.
2. Капитан 1-го ранга.
3. Подполковник.

Ответ: _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Основным методом воспитания в ВС РФ является:

1. Приказ.
2. Поощрение.
3. Убеждение.

Ответ: _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Приказ – это:

1. Распоряжение.
2. Разъяснение.
3. Указание.

Ответ: _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Часовой – это:

1. Вооруженный дневальный.
2. Вооруженный караульный.
3. Вооруженный начальник.

Ответ: _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

На кораблях внутренняя служба и обязанности должностных лиц определяются:

1. Военно-морским уставом Военно-Морского Флота.
2. Корабельным уставом Военно-Морского Флота.
3. Флотским уставом Военно-Морского Флота.

Ответ: _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Строй – это:

1. Установленное Уставом размещение военнослужащих, подразделений и воинских частей для их совместных действий в пешем порядке и на машинах.
2. Установленное Строевым уставом (далее – Устав) размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий как в пешем порядке, так и на машинах.
3. Установленное Строевым уставом (далее – Устав) размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий.

Ответ: _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Фланг – это:

1. Правая (левая) оконечность строя.
2. Правая (левая) оконечность строя, названия флангов не изменяются.
3. Правая (левая) оконечность строя. При поворотах строя названия флангов не изменяются.

Ответ: _____

13. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Фронт – это:

1. Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом (машины - лобовой частью).
2. Сторона строя, в которую военнослужащие обращены лицом.
3. Сторона строя, в которую машины обращены лобовой частью.

Ответ: _____

Обоснование: _____

14. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Тыльная сторона строя – это:

1. Сторона, противоположная флангу.
2. Сторона, продольная фронту.
3. Сторона, противоположная фронту.

Ответ: _____

15. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Интервал – это:

1. Расстояние в глубину между военнослужащими, подразделениями и частями.
2. Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и воинскими частями.
3. Расстояние по флангу между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

Ответ: _____

16. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Дистанция – это:

1. Расстояние в ширину между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.
2. Расстояние в глубину между военнослужащими (машинами), подразделениями и воинскими частями.
3. Расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.

Ответ: _____

17. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Ширина строя – это:

1. Расстояние между строями.
2. Расстояние между фронтами.
3. Расстояние между флангами.

Ответ: _____

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Глубина строя – это:

1. Расстояние от последней шеренги (впереди стоящего военнослужащего) до первой шеренги (позади стоящего военнослужащего), а при действиях на машинах - расстояние от первой линии машин (впереди стоящей машины) до последней линии машин (позади стоящей машины).
2. Расстояние от первой шеренги (впереди стоящего военнослужащего) до второй шеренги (позади стоящего военнослужащего), а при действиях на машинах - расстояние от первой линии машин до второй линии машин.
3. Расстояние от первой шеренги (впереди стоящего военнослужащего) до последней шеренги (позади стоящего военнослужащего), а при действиях на машинах - расстояние от первой линии машин (впереди стоящей машины) до последней линии машин (позади стоящей машины).

Ответ: _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Походный строй – это:

1. Строй, в котором подразделение построено в колонну или подразделения в колоннах построены одно за другим на дистанциях, установленных Уставом.
2. Строй, в котором подразделение построено в колонну или подразделения в колоннах построены одно за другим на дистанциях, установленных Уставом или командиром.
3. Строй, в котором подразделение построено в колонну или подразделения в колоннах построены одно за другим на дистанциях, установленных командиром.

Ответ: _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

Колонна – это:

1. Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу, а подразделения (машины) - одно за другим на интервалах, установленных Уставом или командиром.
2. Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу, а подразделения (машины) - одно за другим на дистанциях, установленных Уставом или командиром.
3. Строй, в котором военнослужащие расположены в затылок друг другу, а подразделения (машины) - одно за другим на дистанциях, установленных Уставом.

Ответ: _____

Обоснование: _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Дайте определение понятию «Вооруженные Силы Российской Федерации»:

1. Вооруженные Силы Российской Федерации - важнейший элемент в структуре военного строительства государства, общественная вооруженная организация, составляющая основу обороны РФ.
2. Вооруженные Силы Российской Федерации - важнейший элемент в структуре государственного строительства, большая социальная группа вооруженных людей, составляющая основу обороны РФ.
3. Вооруженные Силы Российской Федерации - важнейший элемент в структуре военной организации государства, ядро вооруженной организации государства, составляющий основу обороны РФ.

Ответ: _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Кто, в военное время, осуществляет руководство Вооруженными Силами Российской Федерации (ВС РФ) и на кого возлагается управление ВС РФ:

1. Руководство осуществляет Министр Обороны Российской Федерации, Управление – Начальник Генерального штаба ВС РФ.
2. Руководство осуществляет Президент РФ - Верховный Главнокомандующий ВС РФ, Управление – Министр обороны РФ через Министерство Обороны и Генеральный штаб ВС РФ, который является основным органом оперативного управления ВС РФ.
3. Руководство осуществляет Начальник Генерального штаба ВС РФ, Управление – Президент РФ - Верховный Главнокомандующий ВС РФ.

Ответ: _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В настоящее время Вооруженные Силы Российской Федерации структурно состоят из:

1. Центральных органов военного управления; трех видов Вооруженных Сил: Сухопутные войска (СВ); Воздушно - космические силы (ВКС); Военно-морской флот (ВМФ), двух родов войск Вооруженных Сил: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ) и войск, не входящих в виды и рода войск ВС РФ.
2. Центральных органов военного управления; трех видов Вооруженных Сил: Сухопутные войска (СВ); Военно-воздушные силы (ВВС); Военно-морской флот (ВМФ) и двух родов войск ВС: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ).
3. Центральных органов военного управления; трех видов Вооруженных Сил: Сухопутные войска (СВ); Военно-космические силы (ВКС); Военно-морские силы (ВМС) и трех родов войск ВС: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ); Специальные войска.

Ответ: _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Основными подразделениями танкового батальона ВС РФ являются:

1. Руководство батальона, мотострелковые роты, взвод наблюдения, взвод обеспечения, ремонтный взвод, медицинский пункт батальона.
2. Управление батальона, танковые роты, взвод связи, взвод обеспечения, ремонтный взвод, медицинский пункт батальона.
3. Управление батальона, танковые роты, взвод связи, взвод оповещения о воздушном нападении, взвод геологоразведки, ремонтный взвод, медицинский пункт батальона.

Ответ: _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Основным предназначением танков, состоящих на вооружении Сухопутных войск ВС РФ является:

1. Транспортировка личного состава подразделений, их огневой поддержки, уничтожения открыто расположенной и укрытой живой силы, противотанковых средств, танков, легкобронированной техники, а также малоскоростных воздушных целей противника.
2. Ведение боевых действий в непосредственном соприкосновении с противником, поддержка мотострелковых подразделений при прорыве обороны и развитии тактического успеха в оперативной глубине, уничтожения живой силы, бронеобъектов огневых средств и малоскоростных воздушных целей, а также повышение активности и устойчивости обороны.
3. Поражение самолетов, крылатых ракет, вертолетов и других аэродинамических объектов во всем диапазоне их практического применения в условиях интенсивного радиопротиводействия, а также для борьбы с тактическими баллистическими ракетами типа «Ланс», и другими элементами высокоточно-

го оружия воздушного и наземного базирования, поражения надводных и наземных радиолокационных целей.

Ответ: _____

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

На вооружении мотопехотного батальона армии Германии имеется:

1. Танки «Леопард-1А5», «Леопард -2», М-1 «Абрамс» 7,62-мм пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3.
2. Боевая машина пехоты (БМП) М2 «Брэдли», 5,56-мм автоматическая винтовка М16А1 (М16А2), ПТУР «Тоу», ПТУР «Джавелин», ПТУР «Дракон».
3. БМП «Мардер-1А3», БТР «Фукс», ПТУР «Милан-2», 7,62-мм пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3.

Ответ: _____

27. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

… – основная форма боевых действий, представляющая собой согласованные по цели, месту и времени удары, огонь и маневр соединений, воинских частей и подразделений в целях уничтожения (разгрома) противника, отражения его ударов и выполнения других задач в ограниченном районе в течение короткого времени.

Ответ: _____

Обоснование: _____

28. *Прочитайте текст, вставьте пропущенное слово. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.*

… – организованное передвижение (перемещение) подразделений на новое направление (рубеж, район) в целях занятия выгодного положения, вывода войск из-под ударов противника, а также перенос, сосредоточение усилий и огня оружием или распределение огня в целях наиболее эффективного поражения целей и объектов противника.

Ответ: _____

Обоснование: _____

29. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Укажите правильно основные усилия инженерного обеспечения в обороне:

1. Основные усилия инженерного обеспечения могут быть направлены на повышение устойчивости и активности обороны, увеличение возможности противостоять массированным ударам ядерного и обычного оружия, атакам мелких группировок танков и мотопехоты противника.
2. Основные усилия инженерного обеспечения должны быть направлены на повышение устойчивости и активности обороны, увеличение возможности про-

тивостоять массированным ударам ядерного и обычного оружия, атакам крупных группировок танков и мотопехоты противника.

3. Основные усилия инженерного обеспечения должны быть направлены на увеличение устойчивости и активности обороны, повышение возможности противостоять массированным ударам ядерного и обычного оружия, атакам средних группировок танков и мотопехоты противника.

Ответ: _____

30. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Выберите правильное определение траншеи:

1. Траншея – закрытое фортификационное сооружение (ров) с односторонним или двусторонним бруствером, стрелковыми, пулемётными и другими ячейками, предназначенными для ведения огня, наблюдения и скрытого передвижения, а также для защиты личного состава и вооружения от средств поражения противника и местности.
2. Траншея – закрытое фортификационное сооружение (ров) с односторонним или двусторонним бруствером, стрелковыми, пулемётными и другими ячейками, предназначенными для ведения огня, наблюдения и скрытого передвижения, а также для защиты личного состава и вооружения от средств поражения противника.
3. Траншея – открытое фортификационное сооружение (ров) с односторонним или двусторонним бруствером, стрелковыми, пулемётными и другими ячейками, предназначенными для ведения огня, наблюдения и скрытого передвижения, а также для защиты личного состава и вооружения от средств поражения противника.

Ответ: _____

31. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Какими способами не ориентируются на местности?

1. По карте и по небесным светилам.
2. По компасу, часам и по местным признакам (предметам).
3. По ветру и течению реки.

Ответ: _____

32. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Сущность ориентирования составляют?

1. Опознавание местности, на которой находишься, по известным ее признакам и ориентирам.
2. Определение местоположения (своего, наблюдаемых целей и других интересующих нас объектов).
3. Отыскание и определение направлений на местности.

Ответ: _____

33. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Площадные ориентиры:

1. Это местные предметы и формы рельефа, имеющие большую протяженность при сравнительно небольшой их ширине, например: дороги, реки, каналы, линии электропередачи, узкие лощины и т. п.
2. Занимают большую площадь. К ним относят населенные пункты, озера, болота, крупные массивы леса и др.
3. Постройки башенного типа, перекрестки дорог, мосты, путепроводы, трубы заводов и фабрик, пики горных вершин, ямы и другие местные предметы, занимающие небольшую площадь.

Ответ: _____

34. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Линейные ориентиры:

1. Постройки башенного типа, перекрестки дорог, мосты, путепроводы, трубы заводов и фабрик, пики горных вершин, ямы и другие местные предметы, занимающие небольшую площадь.
2. Это местные предметы и формы рельефа, имеющие большую протяженность при сравнительно небольшой их ширине, например: дороги, реки, каналы, линии. электропередачи, узкие лощины и т. п.
3. Занимают большую площадь. К ним относят населенные пункты, озера, болота, крупные массивы леса и др.

Ответ: _____

35. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Точечные ориентиры:

1. Постройки башенного типа, перекрестки дорог, мосты, путепроводы, трубы заводов и фабрик, пики горных вершин, ямы и другие местные предметы, занимающие небольшую площадь.
2. Это местные предметы и формы рельефа, имеющие большую протяженность при сравнительно небольшой их ширине, например: дороги, реки, каналы, линии электропередачи, узкие лощины и т. п.
3. Занимают большую площадь. К ним относят населенные пункты, озера, болота, крупные массивы леса и др.

Ответ: _____

36. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.*

Ориентирование на местности может быть: (несколько ответов).

1. Общее.
2. Выборочное.

3. Детальное (точное).

Ответ: _____

37. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В чем заключается общее ориентирование?

1. В точном определении на карте своего местоположения и направления движения.
2. В приближении определенного местоположения, направления движения и времени, необходимого для достижения конечного пункта маршрута.
3. В приближенном определении своего местоположения, направления движения и времени, необходимого для достижения конечного пункта маршрута.

Ответ: _____

38. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

В чем заключается детальное ориентирование?

1. В точном определении боевой обстановки.
2. В точном определении на карте своего местоположения и направления движения.
3. В детальном изучении карты местности.

Ответ: _____

39. *Прочитайте текст и запишите развернутый ответ.*

Что такое азимут?

1. Угол между плоскостью магнитного меридиана места наблюдателя и вертикальной плоскостью, проходящей через эту точку и наблюдаемый предмет.
2. Угол между плоскостью истинного меридиана места наблюдателя и вертикальной плоскостью, проходящей через эту точку и наблюдаемый предмет.
3. Угол между направлением стрелки компаса на север и указанием буквы N на лимбе компаса.

Ответ: _____

40. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Как классифицируется местность в зависимости от почвенно-растительного покрова?

1. Лесная.
2. Слабопересечённая.
3. Труднопроходимая.

Ответ: _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по за-

данию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами,

конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;

- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Цели:

- сформировать представление о геополитическом положении России в современном мире;

- раскрыть основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны;

- раскрыть цели, задачи и принципы военно-политической работы;

- сформировать представление о направлениях, формах, средствах и методах военно-политической работы в ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	В последние годы на фоне глобальных перемен и противоречий Россия старается сохранить свои интересы и обеспечить национальную безопасность, одновременно продвигая свои инициативы на международной арене. Россия является одним из главных участников международного сообщества и занимает особое место в современном мире. Разработка новых технологий и научных исследований продолжают быть ключевыми приоритетами страны. В обновлённой Концепции внешней политики Российской Федерации (утверждена Указом Президента России 31 марта 2023 года) расставлены приоритеты для действий России на международной арене в XXI веке.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Цели:

1 . Рассмотреть правовую систему и военное законодательство Российской Федерации.

2. Сформировать понимание главных положений военной доктрины Российской Федерации.

3. Ознакомиться с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Военная доктрина Российской Федерации представляет собой систему официально принятых в государстве взглядов на подготовку к вооруженной защите и вооруженную защиту Российской Федерации. В Военной доктрине на основе анализа военных опасностей и военных угроз Российской Федерации и интересам ее союзников сформулированы основные положения военной политики и военно-экономического обеспечения обороны государства. Правовую основу Военной доктрины составляют Конституция Российской Федерации, общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации в области обороны, контроля над вооружениями и разоружения, федеральные конституционные законы, федеральные законы, а также нормативные правовые акты Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации. Положения Военной доктрины могут уточняться с изменением характера военных опасностей и военных угроз, задач в области обеспечения обороны и безопасности, а также условий развития РФ.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2	В соответствии с Федеральным законом от 27.05.2003 N 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации»: военная служба - вид федеральной государственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятель-	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	ность граждан на воинских должностях или не на воинских должностях в случаях и на условиях, предусмотренных федеральными законами и (или) нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, в Вооруженных Силах РФ, других войсках, воинских (специальных) формированиях и органах, осуществляющих функции по обеспечению обороны и безопасности государства. Таким гражданам присваиваются воинские звания. В соответствии с Федеральным законом от 28.03.1998 N 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе»: для военнослужащих устанавливаются военная форма одежды и знаки различия. Военная форма одежды и знаки различия по воинским званиям военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов утверждаются Президентом Российской Федерации.	

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Цели:

1.Ознакомить обучающихся с положениями Устава внутренней службы ВС РФ (УВС) о внутреннем порядке, распределении времени и порядке размещения военнослужащих.

2.Рассмотреть положения УВС о внутреннем наряде, его назначении, составе и обязанностях дежурного и дневального по роте.

3.Формировать сознательное отношение к освоению и выполнению требований Устава внутренней службы ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Общевоинские Уставы ВС РФ определяют: - общие права и обязанности военнослужащих Вооружённых Сил и взаимоотношения между ними, - обязанности основных должностных лиц полка и его подразделений, а также правила внутреннего порядка. Настоящим Уставом руководствуются военнослужащие органов военного управления, воинских частей, кораблей, предприятий, организаций Вооруженных Сил Российской Федерации, в том числе военных профессиональных образовательных организаций, военных образовательных организаций высшего образования Министерства обороны Российской Федерации (далее - воинские части), и лица гражданского персонала, замещающие воинские должности. Положения Устава, в том числе обязанности основных должностных лиц полка и его подразделений, в равной степени относятся к военнослужащим всех воинских частей и подразделений. Обязанности должностных лиц, не указанных в Уставе, определяются соответствующими положениями, наставлениями, инструкциями и руководствами.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 6 Основы тактики общевойсковых подразделений. Общевоинские уставы ВС РФ

Цели:

- Разъяснить обучающимся понятие «Вооруженные Силы Российской Федерации», раскрыть их состав, структуру и задачи, а также законодательные основы их оперативного применения.

- Изложить обучающимся назначение, структуру мотострелковых и танковых подразделений сухопутных войск ВС РФ, их задачи в бою.

- Представить основные образцы вооружения и техники видов и родов войск ВС РФ, изложить их базовые тактико-технические характеристики.

- Изучить сущность современного общевойскового боя, его характеристики и виды.

- Изучить способы ведения современного общевойскового боя и средства вооруженной борьбы.

- Представить обучаемым организацию, основное вооружение, боевую технику подразделений мотопехотного и танкового батальонов армии США и ФРГ.

- Воспитывать у студентов гордость за принадлежность к Российской Федерации и уважение к ее Вооруженным Силам, а также формировать и развивать у них обоснованную и осознанную уверенность в способности подразделений Вооруженных Сил Российской Федерации уничтожать и побеждать вероятного противника на поле боя.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Для Российской Федерации, с ее территориальными просторами и природными богатствами, наличие современных вооруженных сил является жизненно важным фактором обеспечения ее суверенитета и территориальной целостности. Вооруженные силы Российской Федерации (ВС РФ), как важнейший элемент в структуре военной организации государства, ядро вооруженной организации государства, составляющий основу обороны РФ, имеют определяемое федеральным законодательством предназначение, в соответствии с которым на них возлагаются конкретные задачи, реализация которых предусматривается на территории РФ и за ее пределами, как в мирное, так и в военное время, а также в период непосредственной угрозы военного нападения на Российскую Федерацию или ее союзников. Вооруженные Силы РФ состоят из центральных органов военного управления, объединений, соединений, воинских частей и организаций, которые входят в виды и рода войск Вооруженных Сил РФ, в Тыл Вооруженных Сил РФ и в войска, не входящие в виды и рода войск Вооруженных Сил РФ. В настоящее время Вооруженные Силы Российской Федерации структурно состоят из *трех видов ВС*: Сухопутные войска (СВ); Воздушно - космические силы (ВКС); Военно-морской флот (ВМФ); и *двух родов войск ВС*: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ); Учитывая, что ВС РФ, наряду с обычным вооружением, оснащены еще и высокоточным оружием большой дальности, а также ядерным оружием межконтинентальной дальности и большой мощности, весь состав Вооруженных Сил РФ *подразделяют* на: ***Стратегические силы сдерживания и Силы общего назначения.*** Сухопутные войска являются самым многочисленным видом Вооруженных Сил и составляют основу группировок войск на стратегических направлениях Основными тактическими подразделениями мотострелковых и танковых частей сухопутных войск выступают мотострелковый батальон (*мсб*) и танковый батальон (*тб*). Указанные батальоны организационно входят в состав мотострелковой/танковой бригады, и, в свою очередь, состоят из мотострелковых/танковых рот и взводов.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2	В настоящее время основными (наиболее распространенными) образцами вооружения и техники в видах и родах войск ВС РФ являются: *Сухопутные войска*:- стрелковое оружие различного назначения; - танки Т-72, Т-80, Т-90; - боевые машины пехоты БМП-1, БМП-2,	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	БМП-3; - бронетранспортёры БТР-70, БТР-80, БТР-90; - бронеавтомобили ГАЗ-2975 «Тигр», - самоходная и буксируемая ствольная артиллерия; - реактивные системы залпового огня БМ-21, БМ-27, БМ-30, ТОС-1;- тактические ракетные комплексы Точка и Искандер;- системы ПВО Бук, Тор, Панцирь-С1, С-300, С-400. *Воздушно-космические силы*: - космические ракеты-носители и РЛС большой дальности; - самолеты различных типов и назначения (стратегические и фронтовые бомбардировщики, истребители, штурмовики, военно-транспортные самолеты, боевые и транспортные вертолеты); - зенитная ракетная система большой дальности С-400 Триумф. *Военно-Морской Флот*: В составе надводных сил: - авианесущий крейсер; - ракетные крейсера; - эскадренные миноносцы - большие противолодочные корабли;- корветы; - морские тральщики и базовые тральщики;- десантные корабли. В составе подводных сил: - многоцелевые торпедные корабли; - подводные ракетоносцы; - ракетные крейсера стратегического назначения. *Ракетные войска стратегического назначения*: подвижные (мобильные) и стационарные (шахтные) ракетные комплексы «Тополь-М», «Ярс», «Стилет» «Воевода». *Воздушно-десантные войска:* Боевая машина десанта БМД-2, БМД-3, БМД-4 Широкое распространение получили, практически во всех видах и родах войск ВС РФ беспилотные летательные аппараты (БПЛА) различного типа и предназначения (ударные, разведывательные, связи,, сопровождения) , основными из которых можно назвать БПЛА «Ланцет» и «Герань-2» Боевая техника и вооружение Российской Армии постоянно совершенствуется и обновляется, появляются новые виды и типы вооружения, в том числе оружие на новых физических принципах (ОНФП). В частности лазерные и высокочастотные электромагнитные комплексы для борьбы с различными высокотехнологичными видами вооружения противника.	
Тема 3	Бой – основная форма боевых действий, представляющая собой согласованные по цели, месту и времени удары, огонь и маневр соединений, воинских частей и подразделений в целях уничтожения (разгрома) противника, отражения его ударов и выполнения других задач в ограниченном районе в течение короткого времени. Составляющие боя включают: Удар – составная часть боя, заключающаяся в одновременном и кратковременном поражении группировок войск и объектов противника путем мощного воздействия на них всеми имеющимися средствами поражения или наступлением войск (удар войсками). Удары могут быть: в зависимости от применяемых средств - ядерные (ракетно-ядерные), огневые (ракетные, ракетно-артиллерийские, авиационные, торпедные) и удары войсками; по количеству участвующих средств и поражаемых объектов - массированные, групповые и одиночные; по времени нанесения - одновременные и последовательные; в зависимости от готовности противоборствующих сторон к применению оружия и его досягаемости - упреждающие, ответно-встречные и ответные. Огонь – поражение противника из различных видов оружия. Маневр – организованное передвижение (перемещение) подразделений на новое направление (рубеж, район) в целях занятия выгодного положения, вывода войск из-под ударов противника, а также перенос, сосредоточение усилий и огня оружием или распределение огня в целях наиболее эффективного поражения целей и объектов противника.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	Маневр осуществляется подразделениями и огнем.	
Тема 5	Наиболее технически оснащенными и тактически подготовленными среди многонациональных вооруженных сил стран участников НАТО эксперты отмечают подразделения армий США и ФРГ. Мотопехотные (*мпб*) и танковые (*тб*) батальоны армий этих стран, а также их штатное вооружение следует рассматривать в качестве наиболее вероятного противника и применяемого им вооружения в тактическом звене в случае вооруженного противостояния на поле боя. *Мотопехотный батальон армии США*: является основным боевым тактическим подразделением бригады, может использоваться для формирования на его базе батальонной тактической группы и выполнять задачу по непосредственному уничтожению противника в различных видах боя (оборона, наступление и др.). Имеет в своем составе боевые и обеспечивающие подразделения на вооружении которых имеются: - 5,56-мм автоматическая винтовка М16А1 (М16А2); - ПТУР «Тоу»; - ПТУР «Джавелин»;- ПТУР «Дракон»; - 120-мм, самоходный миномет; - Боевая машина пехоты (БМП) М2 Брэдли; - Боевая разведывательная машина (БРМ) М3- Брэдли‖. *Танковый батальон армии США* является основным боевым ударным подразделением бригады, может служить базой для развертывания батальонной тактической группы и выполняет основную задачу по непосредственному уничтожению противника в ближнем бою. Танковый батальон используется, главным образом, для ведения стремительных высокоманевренных наступательных действий, для развития успеха, расчленения и уничтожения обороняющихся группировок противника и его преследования. Основным боевым танком *тб* армии США является танк М1 «Абрамс» *Мотопехотный батальон армии ФРГ* считается боевой тактической единицей сухопутных войск, входит в состав мотопехотной бригады и предназначен для ведения различных видов боевых действий: наступления, обороны, сдерживания и др. В его составе предусмотрены боевые подразделения на колесной и гусеничной боевой технике, а также обеспечивающие подразделения. На вооружении *мпб* армии ФРГ имеется: БМП «Мардер-1А3», БТР «Фукс», БРЭМ «Стандарт», ПУ ПТУР «Милан-2», 44-мм РПГ «Лянце», 7,62-мм единый пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3, 5,56-мм пистолет –пулемет НК53, 9-мм пистолет «Вальтер». *Танковый батальон армии ФРГ:* рассматривается военным командованием в качестве основного подразделения, обеспечивающего главную ударную силу мотопехотных и танковых частей и соединений в различных видах боя. На вооружении *тб* армии Германии состоят танки «Леопард-1» и «Леопард -2» различной модификации.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Цели:

- сформировать представление о ядерном, химическом, биологическом, зажигательном видах оружия, а также об оружии, основанном на новых физических принципах;

- раскрыть основные поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.

- сформировать представление о средствах доставки и способах применения ядерного, химического, биологического и зажигательного видох оружия, сформировавшейся классификация боевых отравляющих веществ

- раскрыть возможности поражающего действия химического, биологического и зажигательного видов оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Изменения, произошедшие в последние годы в международной политической жизни, не привели к укреплению стабильности в мире. Хотя опасность развязывания глобальной войны с широким применением ОМП сведена до минимума, но возросла возможность развязывания и ведения военных действий на региональном уровне, в ходе локальных войн и вооруженных конфликтов различной интенсивности, а также применения различными террористическими группировками радиоактивных, отравляющих веществ и биологических средств. В военных доктринах США и их союзников по блоку НАТО важная роль отводится ОМП - оружию, способному при ограниченном расходе сил и средств наносить массовые поражения живой силе, разрушать вооружение и военную технику и влиять на изменения окружающей среды. Развитие ядерной энергетики, химической и микробиологической промышленности во многих странах мира в последние годы создало реальную угрозу радиоактивного, химического и биологического заражения больших территорий не только в случае применения ОМП, но и при разрушении (авариях) объектов ядерно-технического цикла, химически и биологически опасных объектов. Кроме того, многие страны продолжают искать пути военного превосходства, активными исследованиями в наукоемких областях, модернизируя имеющиеся виды оружия (вооружения) и изобретая новые, в том числе относящиеся по масштабам разрушений и воздействию на личный состав к ОМП. При этом оружие, основанное на новых физических принципах, практически не поддается международному контролю. Все это свидетельствует об особой значимости боевого обеспечения, и как его составляющей - радиационной, химической и биологической защите, направленной на сохранение боеспособности войск и успешное выполнение ими поставленных задач в условиях ведения боя. Очевидно, что преждевременно и недопустимо ослаблять усилия в подготовке войск к действиям в условиях радиоактивного, химического и биологического заражения. Решающим звеном для выполнения боевой задачи в этих условиях будет быстрая, объективная оценка и учет командирами всех степеней радиационной, химической и биологической обстановки, ликвидация в короткие сроки последствий применения противником ядерного и химического оружия. При этом исключительно важное значение будет иметь своевременное и правильное использование вооружения и средств РХБ защиты, в том числе и подразделений специальных войск.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 8. Военная топография

Цели:

– освоение основных теоретических положений картографии и топографии для подготовки к будущей военной службе;

– изучение назначения, классификации и геометрической сущности топографических карт, принципов их разграфки и номенклатуры;

– получение практических навыков в осуществлении основных измерений по топокартам, чтении топокарт, ориентировании на местности по картам и без них;

– формирование определенных навыков в работе с топокартами и соответствующими измерительными инструментами.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Военная топография как военно-научная дисциплина является составной частью военной науки. В своем развитии она наиболее тесно связана с тактикой, теорией и практикой топографического обеспечения боевых действий войск. Содержание военной топографии включает способы изучения и оценки тактических свойств местности, ориентирование на ней по топографическим и специальным картам, а также различные приемы полевых измерений. Знание способов изучения местности, практические навыки в ориентировании на ней в различных условиях, днем и ночью, в условиях ограниченной видимости, способствуют правильному использованию благоприятных свойств местности для достижения успеха в бою, помогает быстро и уверенно ориентироваться и выдерживать заданное направление движения на карте и в ходе боя.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки

Цели:

- сформировать представление об организации медицинского обеспечения войск (сил) ВС РФ в мирное и военное время;

- раскрыть виды ранений и травм на поле боя, а также методы и способы оказания первой помощи;

- сформировать представление о средствах оказания первой медицинской помощи раненым и их эвакуации с поля боя.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	*В 2019 году в Федеральный закон от 31.05.1996 № 61-ФЗ "Об обороне" была введена статья 17.1. Медицинское обеспечение Вооружённых Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов.* Медицинское обеспечение Вооружённых Сил РФ, других войск, воинских формирований и органов осуществляется в соответствии с настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. В соответствии с требованиями данной статьи Министерством обороны РФ формируются перечни государственных услуг, оказание и выполнение которых предусмотрено в целях медицинского обеспечения названных структур в условиях военного времени, ведения военных (боевых) действий, выполнения боевых (учебно-боевых), служебно-боевых (оперативно-служебных) задач в области обороны.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Цели:

- формировать способность адекватного анализа современной военно-политической ситуации в мире;
- формировать понимание многостороннего развития РФ;
- закрепить знание целей и задач военно-политической работы в ВС РФ;
- закрепить знания средств и методов военно-политической работы в ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Современная военно-политическая ситуация в мире. 2. Россия в многополярном мире. 3. Основные направления социально-экономического развития РФ. 4. Основные направления политического развития РФ. 5. Основные направления военно-технического развития РФ. 6. СВО: причины, цели и задачи. 7. Промежуточные результаты СВО. 8. Санкционная политика Запада в отношении России.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Система военно-политической работы в ВС РФ. 2. Цели и задачи военно-политической работы в ВС РФ. 3. Силы и средства военно-политической работы в ВС РФ. 4. Принципы военно-политической работы в ВС РФ. 5. Формы и методы военно-политической работы в ВС РФ. 6. Функции военно-политических органов в ВС РФ.	Дискуссия

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Цели:

- рассмотреть правовую систему и военное законодательство Российской Федерации.
- сформировать понимание главных положений военной доктрины Российской Федерации.
- ознакомиться с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Структура военного законодательства Российской Федерации? 2. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы. 3. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы». 4. Понятие и содержание воинской обязанности?	Дискуссия

	5. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту. 6. Исполнение обязанностей военной службы. 7. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы? 8. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации. 9. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания. 10. Обязанности граждан по воинскому учету.	

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ.

Цели:

- Научить студентов положениям УВС о внутреннем наряде, его назначении, составе и обязанностях дежурного и дневального по роте.

- Научить студентов положениям УГиКС.

- Формировать сознательное отношение к освоению и выполнению требований общевоинских уставов ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Что такое внутренний порядок? 2. Чем достигается внутренний порядок? 3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав? 4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте? 5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте? 6. Перечислите обязанности дневального по роте. 7. Что запрещается очередному дневальному? 8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда? 9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку? 10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. 2. Что называется караулом, его состав, назначение и виды? 3. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего? 4. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы? 5. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам? 6. Назовите обязанности часового? 7. Что запрещается часовому? 8. Назовите обязанности разводящего? 9. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды	Дискуссия

	должен нести службу? 10. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле?	

РАЗДЕЛ 4. Строевая подготовка.

Цели:

- Научить студентов основным положениям Строевого устава Вооруженных Сил Российской Федерации.

- Научить студентов правильному выполнению строевых приемов на месте и в движении.

- Воспитывать у студентов дисциплинированность, внимательность, слаженность и исполнительность.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Строй и его элементы. 2. Виды строя. 3. Сигналы для управления строем. 4. Команды и порядок их подачи. 5. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю. 6. Строевой расчет. 7. Строевая стойка.	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Выполнение команд: "Становись", "Равняйсь", "Смирно", "Вольно", "Заправиться". 2. Повороты на месте. 3. «Строевой шаг». 4. «Движение одиночным строевым шагом».	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Движение строевым шагом в составе подразделения. 2. Повороты в движении. 3. Движение в составе взвода. 4. Управление подразделением в движении.	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении

РАЗДЕЛ 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия.

Цели:

– изучить назначение, состав и боевые свойства основных образцов стрелкового оружия и гранат Вооруженных Сил России;

– твердо усвоить меры безопасности при обращении с оружием, боеприпасами и ручными осколочными гранатами;

– приобрести начальные навыки обращения с оружием, боеприпасами и ручными осколочными гранатами;

– развивать и воспитывать чувства дисциплинированности, бережного, уважительного и ответственного отношения к оружию, гордости и уверенности в качестве и надёжности российского оружия.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:**	Рассказ, показ, трени-

	1. Назначение и боевые свойства АК-74 и РПК-74. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки АК-74. 3. Основные приемы и правила стрельбы из АК-74.	ровка, состязание.
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства 9-мм пистолета Макарова. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки 9-мм пистолета Макарова. 3. Основные приемы и правила стрельбы из 9-мм пистолета Макарова.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства СВД. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки СВД. 3. Основные приемы и правила стрельбы из СВД.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 4	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства РПГ-7. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки РПГ-7. 3. Основные приемы и правила стрельбы из РПГ-7.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 5	**Примерный перечень вопросов:** 1. Устройство и назначение ручных осколочных гранат. 2. Боевые свойства ручных осколочных гранат. 3. Меры безопасности при обращении с ручными осколочными гранатами. Порядок выполнения упражнений по метанию гранат.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 6	**Примерный перечень вопросов:** 1. Условия и порядок выполнения упражнения учебных стрельб. 2. Правила и меры безопасности при выполнении упражнений учебных стрельб. 3. Практическое выполнение упражнения учебных стрельб.	Контроль знаний и навыков при обращении с оружием и боеприпасами. Состязание.

РАЗДЕЛ 6. Основы тактики общевойсковых подразделений.

Цели:

- Ознакомить студентов с целями, задачами и способами ведения общевойскового боя.

- Ознакомить студентов с целями, задачами, силами и средствами инженерного обеспечения частей и подразделений.

- Рассмотреть назначение, классификацию инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики, а также полевые фортификационные сооружения.

- Воспитывать у студентов гордость за Вооруженные силы РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Сущность и содержание общевойскового боя. 2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою. 3. Способы ведения общевойскового боя. 4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений. 5. Боевой порядок мотострелкового взвода.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:**	Практическое занятие

	1. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений. 2. Назначение, классификация инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики. 3. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, укрытия, убежища.	(с использованием визуальных наглядных пособий)

РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита.

Цели:

- изучить задачи и мероприятия РХБ защиты: мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка.

- уяснить порядок проведения частичной и полной специальной обработки.

- научиться порядку использования средств индивидуальной защиты и их использования, подгонки и их технической проверке.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Средства применения химического оружия. 2. Классификация отравляющих веществ и воздействие на организм человека. 3. Основные виды и поражающее действие биологического оружия. 3. Средства применения зажигательного оружия. 4. Поражающие действия оружия массового поражения на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Цель РХБ защиты и ее основные задачи. 2. Мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка. 3. Цели и порядок проведения частичной и полной специальной обработки. 4. Технические средства и приборы радиационной, химической и биологической защиты. 5. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)

РАЗДЕЛ 8. Военная топография.

Цели:

– получение практических навыков в осуществлении основных измерений по топокартам, чтении топокарт, ориентировании на местности по картам и без них;

– формирование определенных навыков в работе с топокартами и соответствующими измерительными инструментами

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Геометрическая сущность, классификация и назначение топографических карт. 2. Определение географических и прямоугольных координат объектов по карте. 3. Целеуказание по карте.	Практическое решение задач по определению координат объектов и выдаче целеуказания.

РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки.

Цели:

- Изучить нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим, в том числе в условиях ведения боевых действий.

- Получить необходимые установки и рекомендации по оказанию первой помощи военнослужащим в случаях, определенных приказом Минобороны от 09.12.2022 №760

-.Получить навыки оказания первой помощи военнослужащим в соответствии с нормативными требованиями.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Общие правила оказания первой помощи. 2. Алгоритм оказания первой помощи. 3. Сущность оказания первой помощи. 4. Состояния для оказания первой помощи. 5. Первая помощь при ранениях. 6. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Комплектация аптечек и медицинских комплектов. 2. Тактическая аптечка. 3. Эвакуация раненых с поля боя в тыл.	Демонстрация, разъяснение, тренировка

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Военно-политическая подготовка	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Цели и задачи военно-политической работы. Средства, формы и методы военно-политической работы в ВС РФ.
Раздел 2. Правовая подготовка	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания
	Самостоятельное изучение материала по теме: Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы
Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Внутренний порядок и суточный наряд

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы
Раздел 4. Строевая подготовка	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Строевые приемы и движение без оружия
Раздел 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Выполнение упражнения учебных стрельб из пневматического и (или) мелкокалиберного оружия
Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи.
	Самостоятельное изучение материала по теме: Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ
	Самостоятельное изучение материала по теме: Основы общевойскового боя
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Основы инженерного обеспечения и связи
	Самостоятельное изучение материала по теме: Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника
Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Средства, приемы и способы радиационной, химической и биологической защиты
Раздел 8. Военная топография	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте
Раздел 9. Основы военно-медицинской подготовки	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена.
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Первая помощь при ранениях, травмах на поле боя

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Средства оказания первой помощи. Эвакуация раненых.

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Современная военно-политическая ситуация в мире.

2. Россия в многополярном мире.

3. Объективные причины проведения специальной военной операции России на Украине.

4. Шесть волн расширения НАТО на Восток.

5. Санкционная политика Запада в отношении России.

6. Национальные интересы Российской Федерации и стратегические национальные приоритеты.

7. Оборона страны – национальный стратегический приоритет России.

8. Основные направления социально-экономического развития РФ.

9. Основные направления политического развития РФ.

10. Основные направления военно-технического развития РФ.

11. Какие цели в области обороны страны поставлены в Стратегии национальной безопасности для защиты национальных интересов Российской Федерации?

12. Каким путем в рамках реализации военной политики стратегического сдерживания достигаются цели обороны страны?

13. Решению каких задач в рамках достижения целей обороны в Стратегии уделяется особое внимание?

14. Какие традиционные ценности в рамках защиты реализуемых национальных приоритетов определены Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809?

15. Назовите основные направления обеспечения экономической безопасности, определенные Стратегией национальной безопасности Российской Федерации?

16. Система военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

17. Цели и задачи военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

18. Силы и средства военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

19. Принципы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

20. Формы и методы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

21. Функции военно-политических органов в Вооруженных Силах Российской Федерации.

22. Вопросы военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации.

23. Защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти один из ключевых национальных приоритетов, реализуемых в соответствии с Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809.

24. Вопросы противодействия информационно-психологическому воздействию противника.

25. Силы и средства информационно-психологических операций, проводимых противником.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие, правовые основы и структура Военной доктрины Российской Федерации?

2. Основные понятия и термины Военной доктрины Российской Федерации?

3. Военные опасности и военные угрозы Российской Федерации?

4. Военная политика Российской Федерации?

5. Основные задачи Российской Федерации по сдерживанию и предотвращению военных конфликтов?

6. Применение Вооруженных Сил, других войск и органов для отражения агрессии?

7. Применение Российской Федерацией высокоточного и ядерного оружия?

8. Государственная политика Российской Федерации в области ядерного сдерживания?

9. Условия, определяющие возможность применения Россией ядерного оружия?

10. Основные задачи Вооруженных Сил, других войск и органов в мирное время.

11. Структура военного законодательства Российской Федерации?

12. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы.

13. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы».

14. Понятие и содержание воинской обязанности?

15. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту.

16. Исполнение обязанностей военной службы.

17. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы?

18. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации.

19. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания.

20. Обязанности граждан по воинскому учету.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Что такое внутренний порядок?
2. Чем достигается внутренний порядок?
3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав?
4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте?
5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте?
6. Перечислите обязанности дневального по роте.
7. Что запрещается очередному дневальному?
8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда?
9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку?
10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?
11. Размещение военнослужащих.
12. Распределение времени и внутренний порядок.
13. Суточный наряд роты, его предназначение, состав.
14. Дневальный, дежурный по роте.
15. Развод суточного наряда.
16. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.
17. Что называется караулом, его состав, назначение и виды?
18. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего?
19. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы?
20. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам?
21. Назовите обязанности часового.
22. Что запрещается часовому?
23. Назовите обязанности разводящего.
24. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды должен нести службу?
25. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле
26. Подготовка караулов.
27. Организация и несение караульной службы.
28. Внутренний порядок в караулах.
29. Охрана караулом объектов с применением технических средств охраны.
30. Участие войск гарнизона в обеспечении режима чрезвычайного положения и в предупреждении и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Что такое строй?
2. Чем такое шеренга и линия машин?
3. Что такое фронт и тыльная сторона строя?
4. Что такое фланг, интервал и дистанция
5. Что такое ряд, ширина строя и глубина строя?

6. Какими могут быть одношереножный и двухшереножный строи?
7. Что такое колонна, какой военнослужащий называется направляющим и замыкающим?
8. Что такое развернутый и походный строй?
9. Обязанности военнослужащих перед построением и в строю?
10. Как осуществляется управление строем?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5

1. Знание терминов боевых (тактических) характеристик стрелкового оружия и боеприпасов.

2. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств пистолета Макарова (ПМ).

3. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств снайперской винтовки Драгунова (СВД).

4. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств гранатомета РПГ-7В и ручных осколочных гранат.

5. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств автомата АК-74.

6. Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием;

7. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке.

8. Требования безопасности при неполной разборке и сборке АК-74.

9. Назначение и составные части АК-74.

10. Порядок сборки разборки АК-74.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6

1. Сущность и содержание общевойскового боя.

2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою.

3. Способы ведения общевойскового боя.

4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений.

5. Боевой порядок мотострелкового взвода.

6. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений.

7. Назначение, классификация инженерных боеприпасов и их характеристики.

8. Назначение, классификация инженерных заграждений и их характеристики.

9. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, их маскировка.

10. Полевые фортификационные сооружения: укрытия, убежища.

11. Виды и средства связи, применяемые в подразделениях тактического звена.

12. Порядок оборудования одиночного стрелкового окопа, его элементы и размеры.

13. Приемы выполнения работ при оборудовании окопа для стрельбы лежа и последовательность его расширения для стрельбы с колена и стоя.

14. Современные виды связи, применяемые в Вооруженных силах Российской Федерации.

15. Приемы м методы обеспечения устойчивой, бесперебойной связи в подразделениях тактического звена.

16. Дайте определение понятию «Вооруженные силы Российской Федерации»?

17. Кто, в соответствии с Конституцией осуществляет руководство, а кто управление Вооруженными Силами Российской Федерации?

18. Разъясните предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации и назовите основные решаемые ими задачи в мирное время, в период непосредственной угрозы военного нападения на РФ и в военное время?

19. Дайте определение понятию «Вид вооруженных сил» и «Род войск вооруженных сил». Назовите Виды ВС РФ и Рода войск ВСРФ.

20. Раскройте предназначение и общую структуру Сухопутных войск, Военно-Морского флота, Воздушно-космических сил, Ракетных войск стратегического назначения, Воздушно-десантных войск.

21. Назовите образцы вооружения Сухопутных войск и сообщите основные тактико-технические характеристики: автомата Калашникова АК-74, БМП-3, БТР-80, Танка Т-90, Реактивной системы залпового огня БМ-21 «Град».

22. Назовите образцы вооружения Военно-морского флота ВС РФ и сообщите основные тактико-технические характеристики: Тяжелого авианесущего крейсера «Адмирал Флота Советского Союза Кузнецов».

23. Назовите образцы вооружений Воздушно-космических сил и сообщите основные тактико-технические характеристики боевого самолета МИГ-31.

24. Назовите ракетные комплексы стратегического назначения, состоящие на вооружении Ракетных войск стратегического назначения ВС РФ.

25. Назовите тактико-технические характеристики БМД-3.

26. Типовая организационная структура мотопехотного батальона армии США и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП М2 «Брэдли»

27. Танковый батальон армии США, его типовая организационная структура и основное вооружение. Основные тактико-технические характеристики танка М1 «Абрамс»

28. Мотопехотный батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП «Мардер» и БТР «Фукс».

29. Танковый батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики танка «Леопард-2».

30. Назовите преимущества в тактико-технических характеристиках танка Т-90 в сравнении с танком М1 «Абрамс» и «Леопард-2».

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7

1. Ядерное оружие. Средства его применения.
2. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.
3. Химическое оружие. Средства его применения.
4. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека.
5. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности.
6. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения.
7. Зажигательное оружие. Средства его применения.
8. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8

1. Какую информацию содержат пояснительные подписи на карте?
2. Как изображается рельеф на топографических картах?
3. Какие цвета используются для изображения объектов на топографических картах?
4. Как оформляется лист карты?
5. Способы измерения расстояний по карте.
6. Способы оценки площадей объектов по карте.
7. Как определяют расстояние глазомерно? Какие факторы оказывают влияние на точность глазомерного определения расстояния?
8. Способ измерения расстояния шагами.
9. Как определяется расстояние по времени и скорости движения (по соотношению скоростей звука и света)?
10. Как определяется расстояние на слух?
11. Дать определение ориентирования на местности.
12. Определение сторон горизонта различными способами.
13. Что значит ориентировать карту? Какими способами может быть выполнено ориентирование карты?
14. Как ориентируют карту по компасу (по Полярной звезде)?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 9

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 9

1. Нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
2. Общие правила оказания первой помощи.
3. Алгоритм оказания первой помощи.

4. Сущность оказания первой помощи.
5. Порядок проведения сердечно-легочной реанимации.
6. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
7. Правила оказания первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
8. Дополнительные мероприятия по оказанию первой помощи, которые проводятся военнослужащими и медицинскими специалистами, прошедшими подготовку по программам подготовки по оказанию первой помощи, утвержденным Министерством обороны Российской Федерации, ФОИВ и (органами), уполномоченными в области управления другими войсками, воинскими формированиями.
9. Первая помощь при ранениях. Особенности проведении мероприятий по оказанию первой помощи раненому на поле боя.
10. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.
11. Комплектация аптечек и медицинских комплектов.
12. Тактическая аптечка.
13. Способы эвакуация раненых с поля боя в тыл.
14. Особенности эвакуации раненых военнослужащих в укрытие.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Тема 1.1. Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны

Новая госпрограмма вооружения России

(Утверждена Президентом РФ в январе 2024 г.)

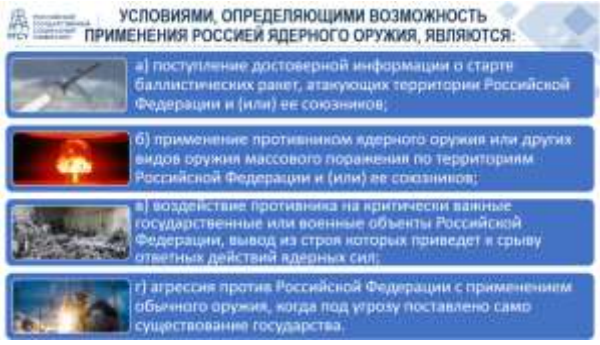
характеристики некоторых видов гиперзвукового оружия

Название	Тип	Скорость, Мах	Дальность, км	Носитель
Авангард	Блок глиссирующего полёта	27	6000	Межконтинентальная баллистическая ракета
Кинжал	Ракета воздух-земля	10	2000	Истребитель МиГ-31
Циркон	Ракета море-земля	9	1000	Корабль или подводная лодка
Буревестник	Крылатая ракета с ядерным двигателем	20	Неограниченная	Наземный пусковой комплекс

Тема 1.2. Цели и задачи военно-политической работы. Средства, формы и методы военно-политической работы в ВС РФ.

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

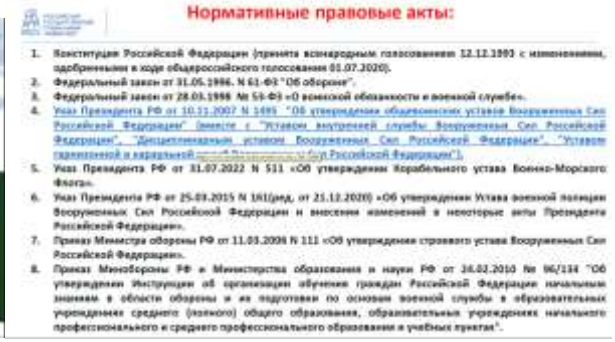
Тема 2.1. Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания



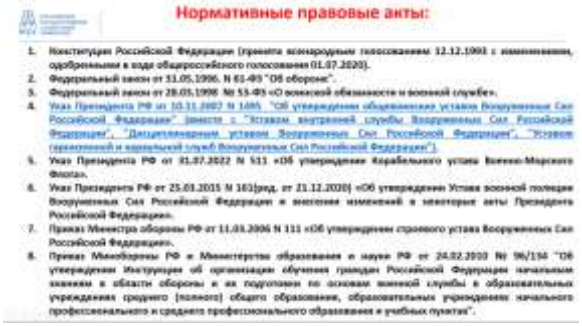
Тема 2.2. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы

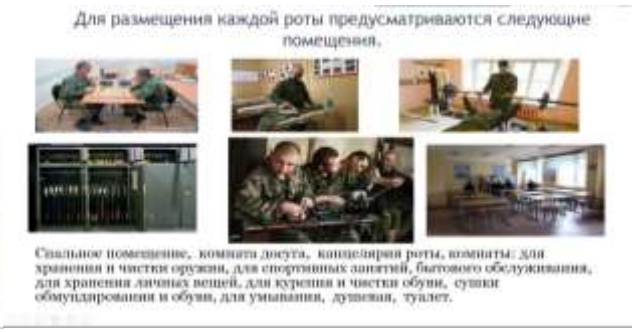
РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ

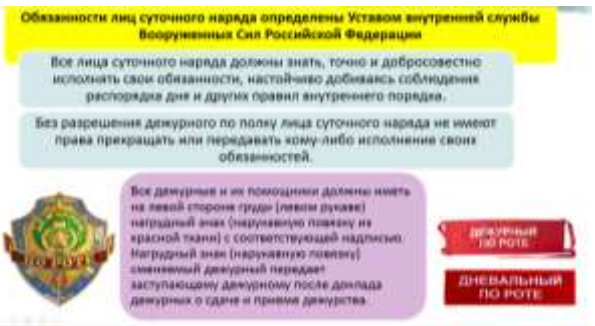
Тема 3.1. Общевоинские уставы Вооружённых Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание.



Тема 3.2. Внутренний порядок и суточный наряд







РАЗДЕЛ 4. Строевая подготовка

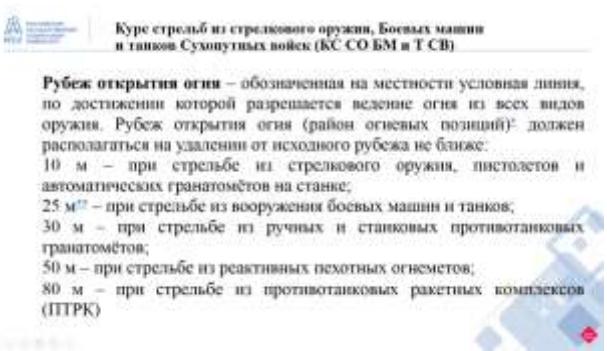
Тема 4.1. Строевые приёмы и движение без оружия

РАЗДЕЛ 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия

Тема 5.1. Основы и правила стрельбы, приёмы и способы ведения огня из стрелкового оружия

Тема 5.2. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат

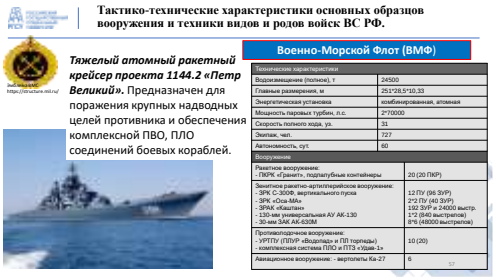
Тема 5.3. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия



РАЗДЕЛ 6. Основы тактики общевойсковых подразделений

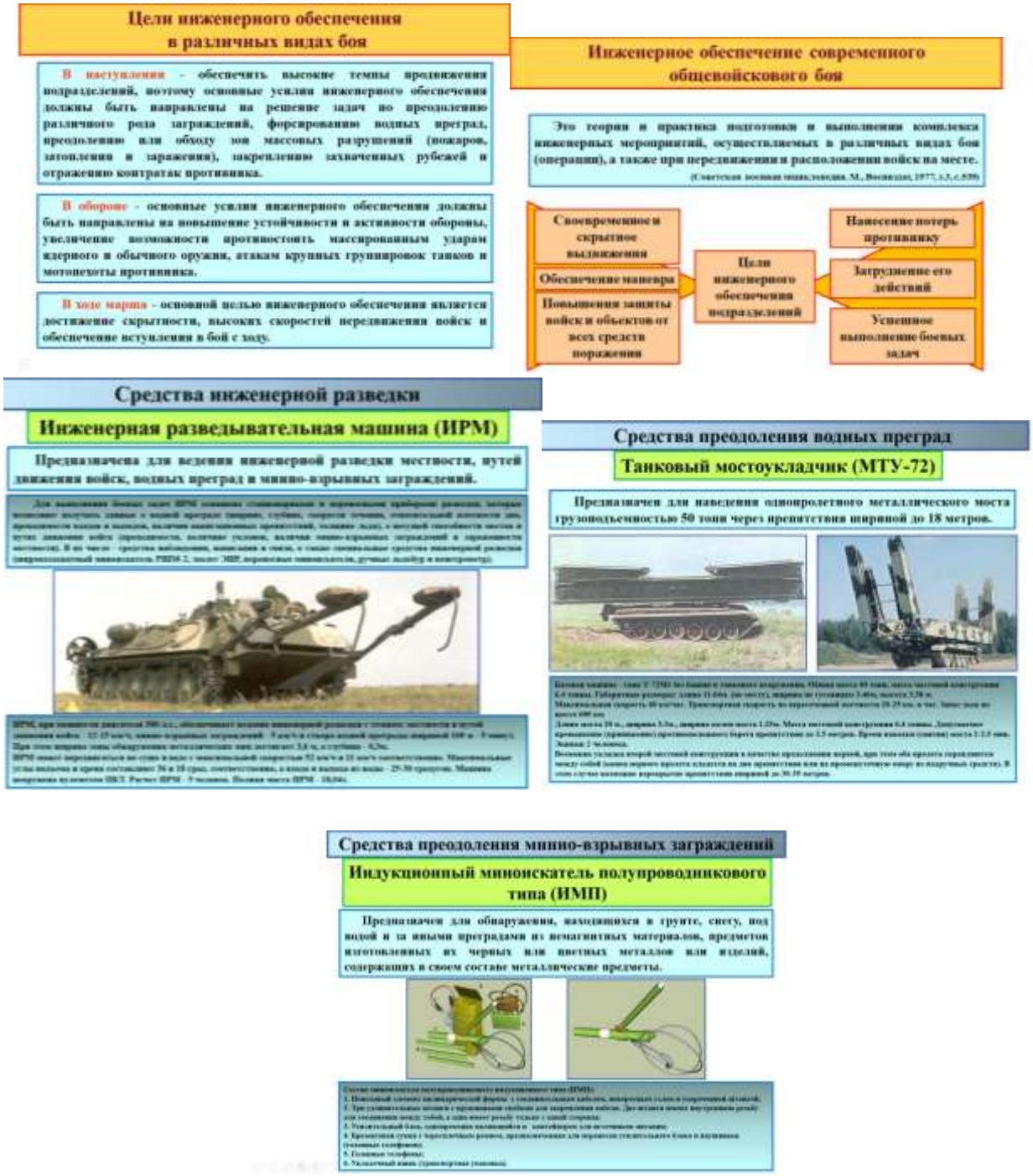
Тема 6.1. Вооружённые Силы Российской Федерации их состав и задачи

Тема 6.2. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ



Тема 6.3. Основы общевойскового боя

Тема 6.4. Основы инженерного обеспечения



Тема 6.5. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника

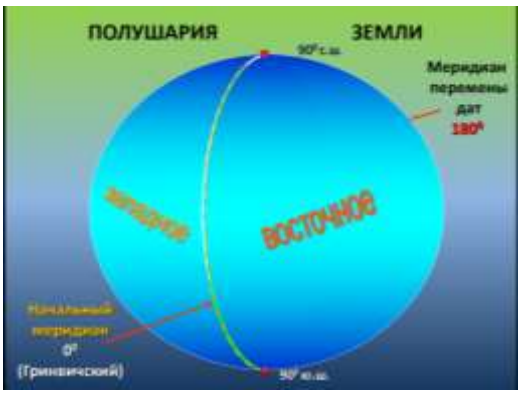
РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Тема 7.1. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие

РАЗДЕЛ 8. Военная топография

Тема 8.1. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам

Тема 8.2. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказание по карте.



РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки

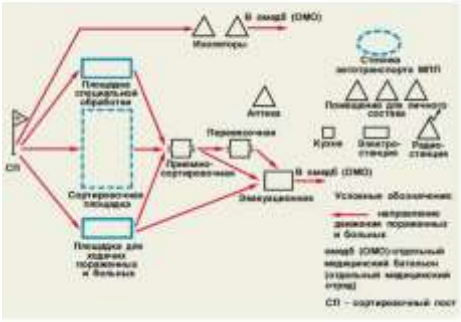
Тема 9.1. Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена

Приложение к приказу Министра обороны Российской Федерации от 13 июня 2023 г. N 340

Порядок
организации подготовки военнослужащих и медицинских специалистов медицинских (военно-медицинских) организаций, частей и медицинских (военно-медицинских) подразделений Вооружённых Сил Российской Федерации по проведению мероприятий по оказанию первой помощи

- I. Общие положения
- II. Организация подготовки военнослужащих и медицинских специалистов по проведению мероприятий по оказанию первой помощи
- III. Организация подготовки инструкторов по тактической медицине

Схема развёртывания медицинского пункта полка



Определение признаков жизни и смерти

Признаки жизни

- Сердцебиение. Определяется на слух, приложив ухо к грудине.
- Пульс – это ритмичное колебание стенки артерии в результате работы сердца. Определяется на сонной, бедренной и лучевой артерии. В тяжелых случаях только на сонной артерии. Пульс не измеряют большим пальцем.
- Норма: для взрослого 60 - 90 ударов в минуту; ребенка 10 - 12 лет 90 – 100 ударов в минуту; грудного ребенка 120 - 140 ударов в минуту.
- Дыхание. Определяется по движению грудной клетки и живота или поднося ко рту или носу пострадавшего зеркало, которое от дыхания запотевает.
- Реакция роговицы глаза на раздражение. К роговице аккуратно прикасаются кончиком носового платка (не пальцем!), роговица глаза раздражается, появляется роговичный рефлекс, глаз смежится, веко моргает.
- Реакция зрачков на свет. Если человек лежит с открытыми глазами, то ему закрывают глаза ладонью на 5 - 10 секунд, а затем ладонь убирают и светят в глаза источником света (фонариком, дисплеем мобильного телефона). Зрачок должен сузиться.
- Набухание вен конечностей ниже места их перетягивания.

Признаки клинической смерти

Прекращение жизненно важных функций организма (дыхания и сердцебиения):

судороги, в отличие от некоторых заболеваний (эпилептический припадок), судороги не ярко выражены;

частичный дыхания – точечно короткого времени (15 - 20 секунд), движение частое, поверхностное, прерывистое, возможно появление пены у рта;

реакция зрачков на свет сохранена, что подтверждает факт жизни головного мозга.

Признаки биологической смерти

Наличие симптома «кошачий глаз», появляется через 25-30 минут после смерти, при сдавлении глаза зрачок деформируется и становится вертикальным, как у кошки;

трупными и высыхание роговицы глаза;

трупное окоченение, которое возникает через 2-4 часа после смерти.

В зоне боевых действий выделяют три зоны

- «Красную», где крайне опасно – это в поле видимости и под обстрелом противника.
- «Жёлтую», где чуть менее опасно, прямой видимости противника нет, есть какие-то укрытия, стены, крыша, окопы, ложбины местности, но враг всё равно может достать тяжёлым вооружением или системами, работающими по навесной траектории (миномёт, АГС, подствольники).
- «Зелёную», где безопасно, в глубоком тылу или, как минимум, в фундаментальных подвалах, специализированных бомбоубежищах, бункерах.

Эвакуация раненых с поля боя в тыл

Эвакуация раненых в реальности

Эвакуация раненых на учениях

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Медицинской высшей школы (института) РГСУ

С.Н. Черкасов
«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ МЕДИЦИНСКИХ ЗНАНИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета Медицинской высшей школы (института) РГСУ.

Протокол № 7 от «27» февраля 2025 года

Директор Медицинской вышей школы (института) РГСУ
доктор медицинских наук, доцент С.Н.Черкасов

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) формирование целостного представления о здоровье человека, приобретение навыков оказания первой помощи пострадавшим в чрезвычайных ситуациях, при неотложных состояниях и наиболее распространенных острых заболеваниях и состояниях. 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 12
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 12
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 12
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 13
3.3.1. Средства информационных технологий 13
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 13
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 13
3.4. Образовательные технологии 13
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 14
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 15
Приложение 1. 16
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 16
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 16
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 28
Приложение 2. 35
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 35
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 35
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 41
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях 42
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 46
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 49
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 51

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) формирование целостного представления о здоровье человека, приобретение навыков оказания первой помощи пострадавшим в чрезвычайных ситуациях, при неотложных состояниях и наиболее распространенных острых заболеваниях и состояниях.

Задачи дисциплины (модуля):

1. формирование у обучающихся мировоззрения, ориентированного на ценность здоровья человека и общества;

2. овладение умениями по оценке состояния здоровья, выявлению его нарушений;

3. освоение навыков по оказанию неотложной доврачебной медицинской помощи, уходу за больными и пострадавшими;

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции Формулировка компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1 Знает основы и правила обеспечения безопасности жизнедеятельности, классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека, правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности. УК-8.2 Осуществляет оперативные действия в случае возникновения чрезвычайных ситуаций в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов УК-8.3 Создает и поддерживает безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности, адекватно реагирует на возникновение чрезвычайных ситуаций и предотвращает негативные последствия для сохранения природной среды.	Знать: правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, правила оказания первой помощи Уметь: инструктировать о правилах поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов Владеть: навыками оказания первой помощи пострадавшим и ухода за больными и ранеными

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет _3_ зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**68**		**68**		
Лекционные занятия	26		26		
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	42		42		
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**31**		**31**		
Контроль промежуточной аттестации	**9**		**9**		
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**		**108**		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**12**	**12**			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**92**	**92**			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет с оценкой*				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр _2_)											
Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования	**27**	**19**	**8**	**4**		**4**					
Тема 1.1. Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья	13	9	4	2		2					
Тема 1.2. Основы здорового образа жизни.	14	10	4	2		2					
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	**36**	**4**	**32**	**12**		**20**					
Тема 2.1. Предмет, задачи и организация оказания первой помощи	8	2	6	2		4					
Тема 2.2. Оказание первой помощи при различных состояниях	28	2	26	10		16					
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	**36**	**8**	**28**	**10**		**18**					
Тема 3.1. Оценка функционального состояния организма человека	8	4	4	2		2					
Тема 3.2. Основы ухода за пострадавшими и больными	28	4	24	8		16					
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**108**	**31**	**68**	**26**		**42**					

Заочная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс _1_, Сессии _3_ - _4_)											
Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования	**36**	**32**	**4**	**2**		**2**					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.1. Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья	18	16	2	2							
Тема 1.2. Основы здорового образа жизни.	18	16	2			2					
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Предмет, задачи и организация оказания первой помощи	18	16	2	2							
Тема 2.2. Оказание первой помощи при различных состояниях	16	14	2			2					
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	**34**	**30**	**4**			**4**					
Тема 3.1. Оценка функционального состояния организма человека	**18**	16	2			2					
Тема 3.2. Основы ухода за пострадавшими и больными	**16**	14	2			2					
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**108**	**92**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ЗДОРОВЬЕ И ФАКТОРЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Перечень изучаемых элементов содержания:

Понятие «здоровье». Определение здоровья по ВОЗ. Цели и задачи изучения состояния здоровья населения. Уровни здоровья. Здоровье и болезнь. Переходное состояние. Факторы, влияющие на здоровье человека, их соотношение. Образ жизни и виды активности: трудовая, внетрудовая, социальная, культурная, медицинская, экология и здоровье: воздушная среда, водная среда, экология жилых и общественных помещений, климатические факторы. Здоровье и наследственность. Биологические и социальные компоненты наследственность человека. Состояние здравоохранения: качество, своевременность, полнота, адекватность, экономичность.

Здоровый образ жизни (ЗОЖ). Определение. Составляющие ЗОЖ: организация питания, режим труда и отдыха, организация сна, двигательная активность, личная гигиена и закаливание, профилактика вредных привычек, культура сексуального поведения и планирование семьи, культура межличностного общения. Принципы ЗОЖ.

Тема 1.1. Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Перечень изучаемых элементов содержания:

Понятие «здоровье». Определение здоровья по ВОЗ. Цели и задачи изучения состояния здоровья населения. Уровни здоровья. Здоровье и болезнь. Переходное состояние. Факторы, влияющие на здоровье человека, их соотношение. Образ жизни и виды активности: трудовая, внетрудовая, социальная, культурная, медицинская, экология и здоровье: воздушная среда, водная среда, состояние педосферы, экология жилых и общественных помещений, климатические факторы. Здоровье и наследственность. Биологические и социальные компоненты наследственность человека. Состояние здравоохранения: качество, своевременность, полнота, адекватность, экономичность.

Тема 1.2. Основы здорового образа жизни

Перечень изучаемых элементов содержания:

Здоровый образ жизни (ЗОЖ). Определение. Составляющие ЗОЖ: организация питания, режим труда и отдыха, организация сна, двигательная активность, личная гигиена и закаливание, профилактика вредных привычек, культура сексуального поведения и планирование семьи, культура межличностного общения. Принципы ЗОЖ.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ СОСТОЯНИЯХ

Перечень изучаемых элементов содержания:

Общие сведения о нормативно-правовых документах и актах, регулирующих оказание первой помощи пострадавшим. Понятие о первой помощи, ее роли и объеме. Алгоритм действий при первом контакте с пострадавшим. Осмотр и оценка состояния больного.

Меры безопасности при оказании первой помощи, профилактика ВИЧ-инфекции.

Назначение, устройство и правила пользования аптечкой индивидуальной, пакетом перевязочным медицинским индивидуальным, сумкой медицинской санитарной.

Назначение, устройство и правила пользования пакетом противохимическим индивидуальным, перевязочным материалом.

Аптечка индивидуальная. Состав, правила пользования. Использование содержимого: для обезболивания, при отравлении фосфороорганическими отравляющими веществами, для профилактики инфекционных заболеваний.

Виды перевязочного материала: марля, бинты, легнин, косынки, индивидуальный перевязочный материал, салфетки.

Понятие о видах транспортировки. Показания к самостоятельной транспортировке пострадавшего. Сопровождение пострадавшего. Средства транспортировки.

Переноска пострадавших одним двумя и более добровольцами. Приемы переноски. Особенности извлечения и перекладывания пострадавших с подозрением на травму позвоночника, таза. Погрузка и размещение пострадавших внутри транспортных средств.

Классификация состояний, угрожающих жизни пострадавших и внезапно заболевших. Характеристика терминальных состояний, клинической смерти. Принципы и методы оказания неотложной доврачебной помощи при терминальных состояниях и клинической смерти. Техника непрямого массажа сердца и искусственного дыхания. Правила пользования роторасширителем, воздуховодом. Особенности реанимационных мероприятий при утоплении и поражении электрическим током.

Классификация острых заболеваний дыхательной системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при бронхиальной астме, воспалении легких, плеврите. Клиническая характеристика коматозных состояний. Клиника и первая доврачебная помощь при гипер- и гипогликемической коме. Оказание первой помощи при тепловом ударе. Признаки острого нарушения проходимости дыхательных путей.

Классификация острых заболеваний сердечнососудистой системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при стенокардии и инфаркте миокарда, гипертоническом кризе, нарушениях сердечного ритма.

Классификация аллергических заболеваний. Симптомы аллергических реакций. Первая доврачебная помощь при крапивнице, укусах насекомых. Первая помощь при анафилактическом шоке.

Основные свойства АХОВ. Пути попадания АХОВ в организм. Диагностика острых отравлений АХОВ. Первая медицинская и доврачебная помощь при острых отравлениях АХОВ (угарный газ, аммиак, хлор, метан). Лечебные мероприятия у пострадавших: - с химическими поражениями отравляющими веществами; - с острыми отравлениями лекарственными средствами; - с бытовыми отравлениями.

Виды травматизма. Характеристика закрытых повреждений мягких тканей. Клиника, диагностика, ушибов, особенности оказания первой доврачебной помощи при ушибах мягких тканей. Симптомы повреждения связочного аппарата и мышц конечностей. Принципы оказания первой доврачебной медицинской помощи при ушибах, закрытых повреждениях связочного аппарата суставов, мышц. Особенности оказания доврачебной медицинской помощи при синдроме длительного сдавления. Классификация повреждений костей и суставов, достоверные и вероятные признаки переломов. Клиническая картина наиболее часто встречающихся травматических вывихов. Доврачебная помощь при подозрении на наличие перелома, вывиха. Показания и средства транспортной иммобилизации. Правила наложения табельных транспортных шин при открытых и закрытых повреждениях конечностей.

Классификация ран. Клиническая характеристика колотых, резаных, рубленых, рваных, рвано-размозженных, ушибленных, огнестрельных, укушенных ран. Объем неотложной первой медицинской и доврачебной помощи при ранениях. Общие понятия о раневом процессе. Местные признаки ранних раневых осложнений, пути их профилактики и лечения. Классификация кровотечений. Достоверные и вероятные признаки наружных артериальных, венозных, смешанных, внутриполостных кровотечений. Способы остановки наружных кровотечений. Классификация повязок. Виды мягких повязок, применяющихся в практике. Общие правила бинтования и наложения мягких повязок. Основные виды бинтовых повязок, техника их наложения на голову, туловище, конечности. Правила пользования индивидуальным перевязочным пакетом. Контурные повязки на грудную клетку. Косыночные повязки. Техника наложения косыночных повязок. Использование сетчатого эластичного бинта для фиксации асептических повязок на различные участки тела.

Особенности дорожно-транспортных происшествий. Механизмы поражающего действия при дорожно-транспортном происшествии. Нарушение функции жизненно-важных органов и систем при дорожно-транспортных происшествиях. Травматический шок. Фазы травматического шока. Степени тяжести торпидной фазы травматического шока. Клиника травматического шока. Профилактика травматического шока. Использование аптечки автомобильной.

Классификация ожогов и отморожений. Способы определения площади глубины термических поражений. Основные клинические признаки периодов ожоговой болезни. Критерии тяжести состояния обожженных. Принципы оказания доврачебной помощи при термических поражениях. Объем доврачебной помощи при ожогах концентрированными растворами кислот и щелочей.

Особенности оказания первой помощи детям.

Основные инфекционные заболевания. Правила измерения температуры. Типы температурных кривых. Первая помощь при лихорадочных состояниях. Острые пищевые отравления. Правила промывания желудка. Особенности транспортировки инфекционных больных.

Тема 2.1. Предмет, задачи и организация оказания первой помощи

Перечень изучаемых элементов содержания:

Определение понятия «первая помощь». Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи. Перечень состояний, требующих оказания первой помощи. Перечень мероприятий первой помощи и последовательность их выполнения на месте

происшествия. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия. Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. Определение приоритетности оказания первой помощи.

Тема 2.2. Оказание первой помощи при различных состояниях

Перечень изучаемых элементов содержания:

Меры безопасности при оказании первой помощи, профилактика ВИЧ-инфекции.

Назначение, устройство и правила пользования аптечкой индивидуальной, пакетом перевязочным медицинским индивидуальным, сумкой медицинской санитарной.

Назначение, устройство и правила пользования пакетом противохимическим индивидуальным, перевязочным материалом.

Аптечка индивидуальная. Состав, правила пользования. Использование содержимого: для обезболивания, при отравлении фосфороорганическими отравляющими веществами, для профилактики инфекционных заболеваний.

Виды перевязочного материала: марля, бинты, легнин, косынки, индивидуальный перевязочный материал, салфетки.

Понятие о видах транспортировки. Показания к самостоятельной транспортировке пострадавшего. Сопровождение пострадавшего. Средства транспортировки.

Переноска пострадавших одним двумя и более добровольцами. Приемы переноски. Особенности извлечения и перекладывания пострадавших с подозрением на травму позвоночника, таза. Погрузка и размещение пострадавших внутри транспортных средств.

Классификация состояний, угрожающих жизни пострадавших и внезапно заболевших. Характеристика терминальных состояний, клинической смерти. Принципы и методы оказания неотложной доврачебной помощи при терминальных состояниях и клинической смерти. Техника непрямого массажа сердца и искусственного дыхания. Правила пользования роторасширителем, воздуховодом. Особенности реанимационных мероприятий при утоплении и поражении электрическим током.

Классификация острых заболеваний дыхательной системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при бронхиальной астме, воспалении легких, плеврите. Клиническая характеристика коматозных состояний. Клиника и первая помощь при гипер- и гипогликемической коме. Оказание первой помощи при тепловом ударе. Признаки острого нарушения проходимости дыхательных путей.

Классификация острых заболеваний сердечнососудистой системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при стенокардии и инфаркте миокарда, гипертоническом кризе, нарушениях сердечного ритма.

Классификация аллергических заболеваний. Симптомы аллергических реакций. Первая доврачебная помощь при крапивнице, укусах насекомых. Первая помощь при анафилактическом шоке.

Основные свойства АХОВ. Пути попадания АХОВ в организм. Диагностика острых отравлений АХОВ. Первая медицинская и доврачебная помощь при острых отравлениях АХОВ (угарный газ, аммиак, хлор, метан). Лечебные мероприятия у пострадавших: - с химическими поражениями отравляющими веществами; - с острыми отравлениями лекарственными средствами; - с бытовыми отравлениями.

Виды травматизма. Характеристика закрытых повреждений мягких тканей. Клиника, диагностика, ушибов, особенности оказания первой доврачебной помощи при ушибах мягких тканей. Симптомы повреждения связочного аппарата и мышц конечностей. Принципы оказания первой доврачебной медицинской помощи при ушибах, закрытых повреждениях связочного аппарата суставов, мышц. Особенности оказания доврачебной медицинской помощи при синдроме длительного сдавления. Классификация повреждений костей и суставов, достоверные и вероятные признаки переломов. Клиническая картина наиболее часто встречающихся травматических вывихов. Доврачебная помощь при подозрении на наличие перелома, вывиха. Показа-

ния и средства транспортной иммобилизации. Правила наложения табельных транспортных шин при открытых и закрытых повреждениях конечностей.

Классификация ран. Клиническая характеристика колотых, резаных, рубленых, рваных, рвано-размозженных, ушибленных, огнестрельных, укушенных ран. Объем неотложной первой медицинской и доврачебной помощи при ранениях. Общие понятия о раневом процессе. Местные признаки ранних раневых осложнений, пути их профилактики и лечения. Классификация кровотечений. Достоверные и вероятные признаки наружных артериальных, венозных, смешанных, внутриполостных кровотечений. Способы остановки наружных кровотечений. Классификация повязок. Виды мягких повязок, применяющихся в практике. Общие правила бинтования и наложения мягких повязок. Основные виды бинтовых повязок, техника их наложения на голову, туловище, конечности. Правила пользования индивидуальным перевязочным пакетом. Контурные повязки на грудную клетку. Косыночные повязки. Техника наложения косыночных повязок. Использование сетчатого эластичного бинта для фиксации асептических повязок на различные участки тела.

Особенности дорожно-транспортных происшествий. Механизмы поражающего действия при дорожно-транспортном происшествии. Нарушение функции жизненно-важных органов и систем при дорожно-транспортных происшествиях. Травматический шок. Фазы травматического шока. Степени тяжести торпидной фазы травматического шока. Клиника травматического шока. Профилактика травматического шока. Использование аптечки автомобильной.

Классификация ожогов и отморожений. Способы определения площади глубины термических поражений. Основные клинические признаки периодов ожоговой болезни. Критерии тяжести состояния обожженных. Принципы оказания доврачебной помощи при термических поражениях. Объем первой помощи при ожогах концентрированными растворами кислот и щелочей.

Основные инфекционные заболевания. Правила измерения температуры. Типы температурных кривых. Первая помощь при лихорадочных состояниях. Острые пищевые отравления. Правила промывания желудка. Особенности транспортировки инфекционных больных.

РАЗДЕЛ 3. Уход за пострадавшими и больными

Перечень изучаемых элементов содержания:

Определение физиологических показателей организма человека. Измерение температуры. Термометрия и ее способы. Исследование пульса. Измерение артериального давления. Подсчет частоты дыхательных движений.

Общие принципы ухода за пострадавшими и больными. Санитарная обработка. Постельное белье и постельные принадлежности. Кормление. Уход за полостью рта, носом, глазами. Стрижка ногтей.

Особенности ухода при отморожениях, ожогах.

Особенности ухода при носовых кровотечениях, травме лица.

Особенности ухода за больными, находящимися на вытяжении, в гипсовой повязке.

Лекарственные формы. Характеристика способов введения лекарственных средств в организм, их преимущества и недостатки. Составление походной, домашней, автомобильной аптечек. Правила хранения и пользования лекарственными средствами. Десмургия. Правила наложения бинтовых повязок.

Тема 3.1. Оценка функционального состояния организма человека

Перечень изучаемых элементов содержания:

Определение физиологических показателей организма человека. Измерение температуры. Термометрия и ее способы. Исследование пульса. Измерение артериального давления. Подсчет частоты дыхательных движений.

Тема 3.2. Основы ухода за пострадавшими и больными

Перечень изучаемых элементов содержания:

Общие принципы ухода за пострадавшими и больными. Санитарная обработка. Постельное белье и постельные принадлежности. Кормление. Уход за полостью рта, носом, глазами. Стрижка ногтей.

Особенности ухода при отморожениях, ожогах.

Особенности ухода при носовых кровотечениях, травме лица.

Особенности ухода за больными, находящимися на вытяжении, в гипсовой повязке.

Лекарственные формы. Характеристика способов введения лекарственных средств в организм, их преимущества и недостатки. Составление походной, домашней, автомобильной аптечек. Правила хранения и пользования лекарственными средствами. Десмургия. Правила наложения бинтовых повязок.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Мисюк, М. Н. Основы медицинских знаний и здорового образа жизни : учебник и практикум для вузов / М. Н. Мисюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17449-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559832 (дата обращения: 21.01.2025).

3.1.2. Дополнительная литература

1. Артюнина, Г. П. Основы медицинских знаний : первая доврачебная помощь : лабораторный практикум : [16+] / Г. П. Артюнина. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 208 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706515 (дата обращения: 21.01.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3910-4. – DOI 10.23681/706515. – Текст : электронный.

2. Кальсина, В. В. Основы медицинских знаний : учебно-методическое пособие : [16+] / В. В. Кальсина, О. А. Яковлева ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2021. – 69 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690240 (дата обращения: 21.01.2025). – ISBN 978-5-91930-184-4. – Текст : электронный.

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная плат-	Электронно-библиотечная система для ВУЗов,	https://urait.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
	форма Юрайт	ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел -1 «Здоровье и факторы его формирования»

Форма рубежного контроля - тестирование

Вопросы рубежного контроля:

1. Здоровье человека зависит от образа жизни на, %:

1. 50
2. 30
3. 40
4. 10

2. Здоровье человека зависит от его наследственности на, %:
1. 10
2. 20
3. 30
4. 50

3. Фактор, в большей степени определяющий здоровье человека:
1. наследственность
2. условия внешней среды
3. образ жизни
4. система здравоохранения

4. Является условием здорового образа жизни:
1. пассивность
2. стрессы
3. рациональное питание
4. вредные привычки

5. Индивидуальные особенности поведения человека:
1. условия жизни
2. качество жизни
3. стиль жизни
4. уровень жизни

6. Общественное здоровье:
1. здоровье группы людей
2. личное здоровье
3. здоровье населения страны
4. здоровье людей определенной этнической группы

Здоровье:
1. отсутствие болезни
2. состояние радости
3. состояние полного душевного, физического и социального благополучия
4. устойчивость к дестабилизирующим факторам

Материальные и социальные факторы, окружающие человека:
1. условия жизни
2. качество жизни
3. стиль жизни
4. уровень жизни

Валеология – наука о:
1. здоровье человека
2. недрах земли
3. питании
4. режиме дня человека

Здоровье зависит на 10% от:
1. наследственности
2. органов здравоохранения
3. образа жизни
4. окружающей среды

Здоровый образ жизни:
1. поведение и мышление человека, обеспечивающее ему укрепление здоровья
2. систематические занятия спортом
3. способность человека управлять своими эмоциями
4. способность человека управлять своими двигательными действиями

Вид здоровья, характеризующий состояние органов и систем человека и наличие резервных возможностей:
1. физическое
2. духовное
3. нравственное
4. социальное

Цель профилактики:
1. изучение животного мира
2. развитие интеллектуальных способностей человека
3. формирование, укрепление и сохранение здоровья человека
4. развитие профессиональных способностей человека

Составляющая нездорового образа жизни:
1. полноценный отдых
2. гиподинамия
3. отсутствие вредных привычек

4. сбалансированное питание

Фактор нездорового образа жизни:
1. полноценный отдых
2. сбалансированное питание
3. социальная пассивность
4. регулярная двигательная активность

Первичное звено здравоохранения является ключевым в проведении профилактической работы на:
1. индивидуальном уровне
2. популяционном уровне

При проведении медико-социальных исследований применяются следующие методы
1. исторический
2. статистический
3. экспериментальный
4. экономический
5. социологический
6. все вышеперечисленные.

Факторами, оказывающими влияние на здоровье населения, являются, кроме
1. генетические
2. природно-климатические
3. уровень и образ жизни населения
4. уровень, качество и доступность медицинской помощи
5. все вышеперечисленное

Среди факторов, определяющих здоровье населения, лидируе(ю)т:
1. качество медицинской помощи
2. образ жизни
3. биологические

Сегодня для профилактики хронических неинфекционных заболеваний (ХНИЗ) используются…стратегии:
1.4
2.2
3.3

Процесс формирования здорового образа жизни включает все перечисленное, кроме:
1. повышение материального благосостояния
2. воспитание навыков здорового образа жизни
3. информирование населения о факторах риска

Воздействие через средства массовой информации на те факторы образа жизни и окружающей среды, которые увеличивают риск развития ХНИЗ, среди всего населения:
1. стратегия высокого риска
2. стратегия вторичной профилактики
3. популяционная стратегия

Основными направлениями формирования здорового образа жизни являются все перечисленные, кроме:
1. устранение факторов риска

2. повышение эффективности деятельности служб здравоохранения
3. создание позитивных для здоровья факторов

Выявление лиц с повышенным уровнем факторов риска ХНИЗ и проведение мероприятий по их коррекции:
1. стратегия вторичной профилактики
2. популяционная стратегия
3. стратегия высокого риска

Медицинская профилактика включает все перечисленные мероприятия, кроме:
1. выявление заболеваний
2. проведение прививок
3. проведение медицинских осмотров

Заключается в ранней диагностике и предупреждение прогрессирования заболевания как за счет факторной профилактики и коррекции поведенческих факторов риска, так и за счет своевременного проведения современного лечении:
1. стратегия вторичной профилактики
2. стратегия высокого риска
3. популяционная стратегия

Медицинская профилактика включает:
1. выявление заболеваний
2. проведение прививок
3. улучшение условий труда и отдыха

Раздел -2 «Основы оказания первой помощи при различных состояниях»

Форма рубежного контроля - тестирование

Вопросы рубежного контроля:
Первая помощь, это:
1. Вид помощи, включающий комплекс простейших мероприятий, направленных на временное устранение причин, угрожающих жизни пострадавшего, предупреждение развития тяжелых осложнений, выполняемый на месте происшествия и вблизи него любым участником дорожного движения.
2. Вид помощи, включающий комплекс лечебно-профилактических мероприятий на этапах медицинской эвакуации, направленных на устранение последствий поражений, угрожающих жизни пострадавших

Укажите, для чего проводится комплекс простейших мероприятий первой помощи.
1. Для прекращения действия повреждающих факторов
2. Для временного устранения причин, угрожающих жизни пострадавшего.
3. Для поддержания жизни пострадавшего.
4. Для предупреждения развития тяжелых осложнений.
5. Все ответы верны

Вызов помощи входит в комплекс мероприятий первой помощи.
1. Да
2. Нет.

«Золотой час» — это:
1. Время с момента получения травмы до поступления в больницу.

2. Время с начала оказания помощи до поступления в больницу

«Золотой час» для пострадавшего, получившего травму, начинается:
1.С момента начала оказания помощи.
2.С момента получения травмы

Перечислите первоочередные мероприятия первой помощи.
1. Обеспечение безопасного оказания помощи.
2. Остановка наружного кровотечения.
3. Обеспечение и поддержание проходимости дыхательных путей.
4. Проведение простейших противошоковых мероприятий.
5. Сердечно-легочная реанимация.
6. Все перечисленное.

Укажите, с чего начинают оказание первой помощи.
1. Обеспечение безопасного оказания помощи.
2. Остановка наружного кровотечения.
3. Обеспечение проходимости дыхательных путей.
4. Проведение простейших противошоковых мероприятий.
5. Сердечно-легочная реанимация

Первую помощь имеют право оказывать:
1.Прохожий.
2. Водитель.
3. Сотрудник ГИБДД.
4. Только медицинский работник (фельдшер или врач).
5. Спасатель.
6. Все перечисленное.

Верно ли утверждение: пострадавший может отказаться от оказания первой помощи.
1. Да
2. Нет.

Спасающий должен спросить разрешение у пострадавшего на его осмотр, если тот адекватен и находится в сознании.
1. Да
2. Нет

Спасающий должен спросить разрешение у пострадавшего на проведение манипуляций первой помощи, если тот адекватен и находится в сознании.
1. Да
2. Нет.

Укажите последовательность «спасательных вопросов».
1. Что? Где? Когда? Кто? Как?
2. Где? Что? Когда? Кто? Как?
3. Кто? Что? Где? Когда? Как?

Транспортировка пострадавших входит в мероприятия первой помощи.
1. Да
2. Нет

Психологическая поддержка и первая психологическая помощь являются составной частью первой помощи.

1. Да
2. Нет.

Ребенку оказана первая помощь. Можно ли до приезда скорой медицинской помощи оставить ребенка одного.

1. Нет, ни в коем случае!
2. Ребенка можно оставить без присмотра, ведь первая помощь оказана

Укажите основную цель визуального контакта с пострадавшим.

1. Наблюдение за состоянием пострадавшего.
2. Поддержание разговора с пострадавшим.

Какой вид транспортировки пострадавшего подойдет при травме локтевого сустава, если пострадавший находится в сознании?

1. Передвижение с одним сопровождающим
2. Передвижение на сиденье «замок» (из четырех рук)
3. В транспортировке не нуждается

Какой вид транспортировки пострадавшего подойдет при травме бедра?

1. Транспортировка на стуле
2. Передвижение на сиденье «замок»
3. Ни один из вышеперечисленных вариантов

Перечислите, какие сведения необходимо сообщить диспетчеру при вызове «03»?

1. Характер происшествия (опознавательные ориентиры)
2. Примерное время происшествия, количество пострадавших (в т.ч. беременные, дети)
3. Все вышеперечисленные сведения

Как правильно нужно транспортировать пострадавшего с травмой грудной клетки без сознания?

1. На неповрежденном боку
2. На поврежденном боку
3. Лежа на спине

Какой вид транспортировки пострадавшего необходим при травме головы и шейных отделов позвоночника?

1. Передвижение с одним сопровождающим
2. Передвижение на сиденье «замок»
3. Передвижение на жестких носилках

Укажите условия транспортировки ребенка в возрасте до 12 лет.

1. Обязательно в сопровождении (родителей, близких родственников)
2. Сопровождение родственников не обязательно
3. В сопровождении сотрудников ДПС или сотрудников полиции

Как транспортировать пострадавшего при ранении живота с внутренним кровотечением?

1. В положении на животе с повернутой набок головой
2. В полусидячем положении с подложенным под колени валиком
3. В положении лежа на спине с приподнятыми на 30 градусов ногами

Укажите, в каких случаях нельзя извлекать пострадавшего из аварийного автомобиля?

1. Есть опасность для жизни пострадавшего (задымление, возгорание автомобиля)
2. Помощь оказать внутри автомобиля невозможно из-за его деформации
3. При извлечении из автомобиля можно нанести пострадавшему тяжелую вторичную травму

Укажите, в каких случаях нельзя извлекать пострадавшего из аварийного автомобиля?
1. Пострадавшему не угрожает дополнительная травматизация при извлечении нет зажатия, есть опасность для жизни (задымление, возгорание)
2. Пострадавший зажат, при извлечении можно нанести дополнительную травму
3. Есть опасность для жизни

Кто может оказывать первую помощь пострадавшему ребенку?
1. только медицинский работник
2. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком
3. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком, при наличии специальной подготовки и (или) навыков

Разрешено ли давать пострадавшему лекарственные средства при оказании ему первой помощи?
1. Разрешено
2. Запрещено
3. Разрешено в случае крайней необходимости

При первичном осмотре пострадавшего оценивают следующее:
1. причину травмы
2. наличие крупных ран
3. наличие дыхания
4. наличие сознания
5. проходимость дыхательных путей
6. реакция зрачков на свет
7. пульс на лучевой артерии
8. показатели артериального давления
9 пульс на сонной артерии

Алгоритм оказания первой помощи начинается с:
1. осмотра места происшествия
2. первичного осмотра пострадавшего
3. вызова специалистов
4. вторичного осмотра

По российским законам может быть применено наказание в случае, если:
1. первая помощь оказана неправильно
2. вы только вызвали "Скорую помощь" и больше ничего не делали
3. вы оставили пострадавшего без помощи
4. вы позвали на помощь, но сами ничего не делали

К международным алгоритмам оказания первой помощи относят:
1. осмотр места происшествия
2. первичный осмотр
3. вызов скорой помощи
4. вторичный осмотр
5. все вышеуказанное

Основная задача оказания первой помощи пострадавшему:
1. поддержание жизнедеятельности пострадавшего до приезда специалистов
2 диагностика причины травмы пострадавшего
3. оказание медицинской помощи пострадавшему в полном объеме
4. все выше сказанное

Транспортировка пострадавших сидя осуществляется при:
1. повреждении верхних конечностей и органов брюшной полости.
2. переломе ключицы, перелом ребер.
3. повреждении органов брюшной полости

Транспортировку пострадавшего с черепно-мозговой травмой необходимо осуществлять:
1. лежа на боку
2. лежа на спине
3. сидя
4. стоя

Правильная транспортировка пострадавшего, находящегося без сознания производится:
1. в положении на спине.
2. в положении на животе (при травмах брюшной полости – на боку)
3. с приподнятыми нижними конечностями.

Что необходимо сделать перед началом транспортировки пострадавших?
1. дать пострадавшему обезболивающее средство, чтобы при транспортировке он не впал в кому
2. проверить состояние пострадавшего, насколько он готов к транспортировке
3. оказать первую помощь в соответствующем объеме и провести иммобилизацию поврежденных частей тела, если они имеются

Лекарственные средства при оказании первой помощи:
1. применяются редко
2. применяются по просьбе пострадавшего
3. никогда не применяются
4. всегда применяются

Укажите виды носилочных средств)
1.Жесткие.
2. Мягкие.
3. Полужесткие

Транспортные положения, это:
1. Физиологически выгодные положения, которые придают пострадавшим в зависимости от вида травмы.
2. Положение, которое необходимо придать пострадавшему по жизненным показаниям
3. Все вышеуказанное

Транспортировка пострадавших является мероприятием первой помощи.
1. Да
2. Нет.

Для транспортировки пострадавшего с травмой позвоночника в положении на спине могут быть использованы подручные средства:

1. Широкие доски.
2. Столешница
3. Одеяло.
4. Дверь.
5. Все перечисленное.

Укажите транспортное положение пострадавшего с травмой грудной клетки. Пострадавший в сознании.

1. Лежа на спине.
2. Положение полусидя
3. Стабильное боковое положение на поврежденной стороне, с возвышенным плечеголовным концом.

Больные и пострадавшие, доставленные бригадой скорой медицинской помощи должны быть осмотрены в приемном отделении ЛПУ не позднее:

1.Пяти минут после доставки
2. Десяти минут после доставки
3.Двадцати минут после доставки
4.Тридцати минут после доставки
5.Сорока пяти минут после доставки

Реанимация — это:

1.Наука, изучающая методы восстановления жизни
2. Практические действия, направленные на восстановления дыхания и кровообращения у больных в терминальных состояниях
3.Специальная бригада скорой помощи

Что является вторым действием в случае оказания первой помощи?

1. Предотвращение возможных осложнений
2. Устранение состояния, угрожающего жизни и здоровью пострадавшего
3. Правильная транспортировка пострадавшего

Кто вправе оказывать первую помощь пострадавшему ребенку?

1. только медицинский работник
2. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком
3. любой человек, который оказался рядом с пострадавшим ребенком, при наличии специальной подготовки и (или) навыков

Оптимальное положение для больного с отеком легких:

1.Лежа с приподнятым головным концом, сидя и полусидя
2.Лежа с приподнятым ножным концом

Расширенные реанимационные мероприятия могут проводить

1. только специалисты реанимационных отделений;
2. специально подготовленные медицинские работники;
3. все взрослое население;
4. работники милиции, прибывшие на место происшествия;
5. работники дорожных служб

Укажите, для чего проводится комплекс простейших мероприятий первой помощи.

1.Для прекращения действия повреждающих факторов
2.Для временного устранения причин, угрожающих жизни пострадавшего.
3. Для поддержания жизни пострадавшего.

4. Для предупреждения развития тяжелых осложнений.
5. Все вышеперечисленное

Укажите, с чего начинают оказание первой помощи.
1.Обеспечение безопасного оказания помощи.
2.Остановка наружного кровотечения.
3.Обеспечение проходимости дыхательных путей.
4.Проведение простейших противошоковых мероприятий.
5.Сердечно-легочная реанимация.

Укажите основную особенность поведения пострадавшего при истерике.
1.Оцепенение.
2.«Театральное» поведение.
3.Агрессивность.

Невербальный метод психологического воздействия на пострадавших заключается в следующем:
1.Установление и поддержание словесного контакта
2.Установление и поддержание визуального и тактильного контакта

Укажите, при каких состояниях изменяется частота и ритм дыхания.
1. Тяжелые травмы грудной клетки.
2. Асфиксия.
3. Черепно-мозговая травма
4. Большая кровопотеря.
5. Все перечисленные состояния.

Укажите частоту пульса у здорового взрослого человека в покое.
1.30–60 ударов в минуту.
2.60–80 ударов в минуту.
3.80-100 ударов в минуту

Витальные признаки — это:
1.Признаки жизни.
2.Признаки травмы.

Определение «признаков жизни» включает:
1.Наличие дыхания, движения, кашля.
2.Наличие сознания, дыхания, пульса на сонных артериях

Укажите перевязочные средства
1. Бинты марлевые медицинские стерильные.
2. Бинты марлевые медицинские нестерильные.
3. Лейкопластырь катушечный.
4. Лейкопластырь бактерицидный.
5. Салфетки марлевые медицинские стерильные.
6. Салфетки марлевые медицинские нестерильные.
7. Косынки медицинские.
8. Все перечисленное.

Спасательное покрывало, это:
1. Полиэфирная пленка с золотисто-серебристым напылением.
2.Двусторонняя фольга

3.Двусторонняя прострочeнная клеенчатая ткань с зеркальным напылением.

Код контролируемой компетенции
УК-8

Раздел -3 «Уход за пострадавшими и больными»

Форма рубежного контроля - тестирование

Вопросы рубежного контроля:
При определении массы тела следует соблюдать условия все, кроме
1.натощак;
2.после опорожнения мочевого пузыря;
3.после опорожнения кишечника;
4. в одной и той же одежде;
5. после водных процедур.
6. Напряжение пульса зависит
7. от величины сердечного выброса;
8. от артериального давления;
9. от общего количества циркулирующей крови;
10. от частоты сердечных сокращений;
11. от возраста пациента.

В норме температура тела в подмышечной впадине
1. на 0,5-0,8 градусов ниже температуры слизистых оболочек;
2. на 0,5-0,8 градусов выше температуры слизистых оболочек;
3. одинаковая с температурой слизистых оболочек;
4. на 1 градус выше температуры слизистых оболочек;
5. на 1 градус ниже температуры слизистых оболочек.

Для профилактики пролежней, положение пациента следует менять
1. каждые 3 часа;
2. каждые 2 часа;
3. каждые 4 часа;
4. по назначению врача;
5. на усмотрение медицинской сестры.

Температура тела человека в норме составляет
1. 36,0 — 36,7°С;
2. 36,2 — 36,9°С;
3. 35,0 — 36,5°С;
4. 36,6 — 37,0°С;
5. 35,8 — 36,6°С.

Выберете наиболее полный ответ: при смене белья и одежды тяжелобольному нужно приготовить
1.перчатки нестерильные, ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло;
2. перчатки нестерильные, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло;
3. перчатки нестерильные, ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня;

4. перчатки нестерильные, ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло;
5. ёмкость для дезинфекции, антисептический раствор, ветошь, комплект чистого нательного белья, комплект одежды, простыня, непромокаемый мешок для грязного белья, жидкое мыло.

Элемент ухода при рвоте
1. промывание желудка;
2. обильное щелочное питье;
3. применение пузыря со льдом на эпигастральную область;
4. обработка полости рта;
5. вызов врача.

Определите правильную последовательность обработки рта
1. пространство под языком, язык, зубы, внутренняя поверхность щёк, дёсны пациента;
2. зубы, язык, внутренняя поверхность щёк, пространство под языком, дёсны пациента;
3. внутренняя поверхность щёк, зубы, язык, пространство под языком, дёсны пациента;
4. дёсны пациента, зубы, язык, внутренняя поверхность щёк, пространство под языком;
5. язык, пространство под языком, зубы, внутренняя поверхность щёк, дёсны пациента.

Перечень вопросов вариативен, и может модифицироваться в зависимости от внедрения нормативно-правовых и технологических новаций.
1. Чем характеризуется артериальное кровотечение?
2. Кровь из раны вытекает пульсирующей струёй, имеет ярко-алую окраску
3. Кровь из раны вытекает непрерывно, сплошной струёй темно-красного цвета
4. Кровь из раны вытекает редкими каплями или медленно расплывающимся пятном

Укажите правильные способы остановки венозного кровотечения?
1. Наложение жгута и максимальное сгибание конечности в суставе
2. Наложение на рану давящей повязки и приподнятое положение конечности
3. Применяются оба способа

Где нужно определять пульс, если пострадавший без сознания?
1. На лучевой артерии
2. На бедренной артерии
3. На сонной артерии

Чем характеризуется венозное кровотечение?
1. Кровь из раны вытекает пульсирующей струёй, имеет ярко-алую окраску
2. Кровь из раны вытекает непрерывно, сплошной струёй темно-красного цвета
3. Кровь из раны вытекает редкими каплями или медленно расплывающимся пятном

Укажите правильный способ остановки артериального кровотечения?
1. Пальцевое прижатие сосуда и наложение жгута
2. Наложение на рану поддерживающей повязки
3. Приподнятое положение конечности

На какой предельный срок времени можно наложить жгут (закрутку) при артериальном кровотечении?
1. Не более 1,5 часов
2. Не более 30 минут

3. Не более 2 часов

Чем характеризуется капиллярное кровотечение?
1. Кровь из раны вытекает пульсирующей струёй, имеет ярко-алую окраску
2. Кровь из раны вытекает непрерывно, сплошной струёй темно-красного цвета
3. Кровь из раны вытекает редкими каплями или медленно расплывающимся пятном

В каком положении надо транспортировать пострадавшего, находящегося без сознания?
1. Полусидя с повёрнутой набок головой
2. В стабильном боковом положении
3. Лёжа с подложенным под голову валиком из одежды

Какая повязка накладывается на голеностопный сустав при его повреждении?
1. Спиралевидная
2. Восьмиобразная
3. Колосовидная

Эффективность реанимационных мероприятий оценивается:
1. Все ответы правильные
2. Появление пульса на крупных артериях
3. Восстановление дыхания

Как правильно применить бактерицидные салфетки?
1. Промыть рану, удалить инородное тело, наложить бактерицидную повязку
2. Обработать рану раствором йода, наложить бактерицидную повязку
3. На рану наложить бактерицидную салфетку, зафиксировав её лейкопластырем или бинтом

Какая повязка накладывается при повреждении лба?
1. Шапочка
2. Спиралевидная
3. Крестообразная

В какое время года требуется указать время наложения жгута?
1. Зимой
2. Летом
3. В любое время года

Что нужно указать в записке при наложении жгута?
1. Время получения травмы
2. Время наложения жгута
3. Время снятия жгута

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр _2_)
Заочная форма обучения (Курс __1__, Сессия _1-2_)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	*1-25*
Всего		25

Код контролируемой компетенции: УК-8

1. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Здоровье человека зависит от образа жизни на, %:
1. 50;
2. 30;
3. 40;
4. 10.

2. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Приоритетная проблема гигиенического образования молодежи:
1. воспитание гигиенических навыков;
2. воспитание потребности в подвижных играх;
3. продление активной социальной жизни;
4. охрана репродуктивного здоровья.

3. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Приоритетная проблема гигиенического образования трудоспособного населения:
1. воспитание гигиенических навыков;
2. формирование ЗОЖ, общественного и сексуального поведения;
3. производственный травматизм;
4. продление активной социальной жизни.

4. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Для открытия дыхательных путей пострадавшего необходимо:
1. запрокинуть голову, при этом следует положить одну руку на лоб, а другую подложить под шею пострадавшего;
2. запрокинуть голову, положив при этом одну руку на лоб, а двумя пальцами подняв подбородок;
3. удалить зубные протезы и прочие инородные предметы из ротовой полости, очистить ротовую полость пальцами, обмотанными платком или бинтом;

4. расстегнуть стягивающую одежду, галстук, воротник.

5. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Для временной остановки артериального кровотечения необходимо выполнить следующие действия:

1. осуществить пальцевое прижатие артерии, наложить давящую повязку на рану, при необходимости наложить кровоостанавливающий жгут;
2. наложить кровоостанавливающий жгут;
3. наложить давящую повязку на рану, доставить пострадавшего в медицинскую организацию;
4. зажать артерию в ране, наложить кровоостанавливающий жгут.

6. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Для остановки венозного кровотечения используются все способы, кроме следующего:

1. прямое давление на рану;
2. наложение давящей повязки на рану;
3. наложение кровоостанавливающего жгута;
4. максимальное сгибание конечности в суставе.

7. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Автомобиль, попавший в ДТП, несколько раз перевернулся. В результате пострадал водитель автомобиля. Есть необходимость в его экстренном извлечении вследствие риска возгорания автомобиля. О чем следует помнить в первую очередь:

1. извлекать пострадавшего необходимо очень бережно;
2. при извлечении необходимо обязательно фиксировать голову и шею;
3. извлечение следует выполнить как можно быстрее для снижения риска дополнительного повреждения пострадавшего пламенем;
4. пострадавшего не следует извлекать, постараться устранить опасность возгорания своими силами.

8. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

Как часто следует пополнять аптечку первой помощи (автомобильную):

1. 1 раз в год;
2. 1 раз в 1,5 года;
3. 1 раз в 3–5 лет;
4. по мере израсходования ее компонентов.

9. *Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.*

При проведении искусственного дыхания «рот-ко-рту» отмечается, что воздух не поступает в легкие, грудная клетка не поднимается. Какие действия следует предпринять в первую очередь:

1. попытаться очистить ротовую полость;
2. выполнить искусственное дыхание методом «рот-к-носу»;
3. извлечь изо рта пострадавшего вставные челюсти;
4. увеличить силу и продолжительность вдувания;
5. более тщательно запрокинуть голову.

10. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.

Когда производится вызов скорой медицинской помощи:

1. непосредственно после оказания первой помощи пострадавшим;
2. сразу после определения наличия пострадавших на месте происшествия;
3. после определения примерного количества и состояния пострадавших;
4. сразу же по прибытии на место дорожно-транспортного происшествия.

11. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.

Выберите признаки внутреннего кровотечения:

1. учащенный слабый пульс;
2. тошнота и рвота;
3. чувство жажды;
4. частое дыхание;
5. слабость, головокружение;
6. все перечисленное;
7. ничего из перечисленного.

12. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Пострадавший внезапно потерял сознание. Дыхание присутствует. Выберите необходимое действие:

1. следует уложить пострадавшего в устойчивое боковое положение (позу восстановления, стабильное боковое положение);
2. для профилактики возможного вдыхания рвотных масс необходимо уложить пострадавшего на живот;
3. для профилактики возможного вдыхания рвотных масс следует повернуть голову пострадавшего набок;
4. для скорейшего восстановления сознания необходимо надавить пострадавшему на болевые точки (угол нижней челюсти, верхняя губа и т. д.);
5. следует дать понюхать нашатырный спирт на ватке;
6. необходимо придать положение на спине с приподнятыми ногами для обеспечения лучшего кровоснабжения головного мозга пострадавшего.

Ответ_____

13. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

У мужчины 55 лет на фоне психо-эмоционального стресса возникли сильные жгучие боли за грудиной. В чем будет заключаться первая помощь:

1. придать пострадавшему комфортное положение, обеспечив физический и эмоциональный покой, вызвать скорую медицинскую помощь, наблюдать за пострадавшим до ее прибытия;
2. уложить пострадавшего с приподнятыми нижними конечностями, дать таблетку нитроглицерина под язык, вызвать скорую медицинскую помощь, наблюдать за пострадавшим до ее прибытия;
3. предложить пострадавшему посетить поликлинику, рекомендовать принять таблетку нитроглицерина под язык, проводить пострадавшего до поликлиники;
4. позвонить родственникам пострадавшего, выяснить, какие лекарства он принимает, дать ему принять эти лекарства, уложить, обеспечить физический и эмоциональный покой, при сохранении болей в течение часа вызвать скорую медицинскую помощь;

5. придать пострадавшему комфортное положение, обеспечив физический и эмоциональный покой, вызвать скорую медицинскую помощь, наблюдать за пострадавшим до ее прибытия, предложить больному принять назначенные ему лекарства.

Ответ_____

14. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа, обведите в кружок.

При подозрении на отравление пострадавшего ядовитым веществом, поступившим в его организм через желудочно-кишечный тракт, необходимо:

1. вызвать скорую медицинскую помощь;
2. предложить пострадавшему вызвать рвоту (если он в сознании);
3. собрать образцы яда для анализа;
4. дать пострадавшему попить воды;
5. все перечисленное.

15. Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Обведите правильный ответ в кружок, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Пострадавший в ДТП человек получил следующие повреждения: ссадины на лице, многочисленные кровоподтеки по всему телу. В области бедра одежда разорвана, имеется кровотечение обильной струей темно-вишневого цвета.

Он находится на проезжей части. Что является приоритетным действием в этой ситуации:

1. обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи (перемещение пострадавшего, выставление знаков аварийной остановки и т. п.);
2. остановка кровотечения путем прямого давления на рану и наложение давящей повязки;
3. обработка ссадин антисептическим раствором;
4. вызов скорой медицинской помощи;
5. придание пострадавшему оптимального положения тела.

Ответ_____

16. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

Первая помощь оказывается в следующих случаях:

1. отсутствие сознания, дыхания и кровообращения;
2. травмы различных областей тела и наружные кровотечения;
3. острые инфекционные заболевания;
4. инородные тела в верхних дыхательных путях;
5. ожоги, эффекты воздействия высоких температур, теплового излучения;
6. отморожение и другие эффекты воздействия низких температур;
7. отравления.

17. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Обведите правильные ответы в кружок.

К признакам кровопотери относят:

1. резкая общая слабость, чувство жажды;
2. головокружение, мелькание мушек перед глазами;
3. обморок, чаще при попытке встать, бледная, влажная и холодная кожа;
4. урежение частоты сердечных сокращений, снижение частоты дыхания;
5. учащенный слабый пульс, частое дыхание.

18. Прочитайте текст и установите последовательность.

Выберите последовательность подробного осмотра пострадавшего, находящегося в сознании:

1. ноги и руки;
2. голова;
3. шея;
4. живот;
5. грудная клетка.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

19. Прочитайте текст и установите последовательность.

Выберите последовательность оказания первой помощи пострадавшему, извлеченному из затонувшего автомобиля:

1. приступить к сердечно-легочной реанимации;
2. оценить наличие дыхания, при отсутствии дыхания поручить помощнику вызвать скорую медицинскую помощь;
3. оценить сознание, при его отсутствии позвать помощника;

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

20. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II

I	*II*
А Для согревания пострадавшего используется..	*1* Спасательное покрывало, положенное серебристой стороной наружу.
Б Для охлаждения кожного покрова пострадавшего используется..	*2* Спасательное покрывало, положенное золотистой стороной наружу.

5. Таблица для заполнения

А	*Б*

21. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II .

Укажите признаки закупорки верхних дыхательных путей:

I	*II*
А признаки частичной закупорки верхних дыхательных путей	1. отсутствует дыхание 2. дыхание шумное, затрудненное 3. отсутствует кашель 4. внезапный приступ кашля 5. может говорить, голос сиплый 6. нарастающая синюшность кожного покрова и слизистых.
Б признаки полной закупорки верхних дыхательных путей	

Таблица для заполнения

А	*Б*

22. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II .

Какое положение лучше занять пострадавшему с ……

I	*II*
А носовым кровотечением	*1* лежа на спине с согнутыми в коленях и

	разведенными ногами
Б подозрением на травму живота	*2* сидя, голову слегка наклонить вперед
В подозрением на травму грудной клетки	*3* полусидячее с наклоном в поврежденную сторону

Таблица для заполнения

А	*Б*	*В*

23. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце I, подберите соответствующую позицию из правого столбца II .

Последовательность оказания первой помощи при:

I	*II*
А глубоких ожогах	*1* охлаждение раны, наложение повязки
Б поверхностных ожогах	*2* наложение стерильной повязки, охлаждение раны

Таблица для заполнения

А	*Б*

24. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Во время оказания первой помощи пострадавший внезапно побледнел, перестал реагировать на окружающее. Укажите, с чего вы начнете оказывать первую помощь:

Ответ_____

25. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

«Золотой час» для пострадавшего, получившего травму, начинается:

Ответ_____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования.

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Цели занятия: сформировать представление о факторах, определяющих здоровье,

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие «здоровье». Определение здоровья по ВОЗ. Цели и задачи изучения состояния здоровья населения. Уровни здоровья. Здоровье и болезнь. Переходное состояние. Факторы, влияющие на здоровье человека, их соотношение. Образ жизни и виды активности: трудовая, внетрудовая, социальная, культурная, медицинская, экология и здоровье: воздушная среда, водная среда, состояние педосферы, экология жилых и общественных помещений, климатические факторы. Здоровье и наследственность. Биологические и социальные компоненты наследственность человека. Состояние здравоохранения: качество, своевременность, полнота, адекватность, экономичность.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте определение понятиям «здоровье», «переходное состояние», «болезнь».
- Назовите основные компоненты здоровья.
- Какие факторы оказывают влияние на состояние здоровья человека?
- Назовите основные причины неадекватного отношения человека к здоровью.
- Как можно оценить физическое здоровье человека?
- Какие методики используются для оценки психического здоровья человека?
- Назовите показатели социального здоровья человека с позиций личности и общества.

Тема лекционного занятия: **Тема 1.2. Основы здорового образа жизни**

Цели занятия: сформировать представление о здоровом образе жизни, факторах, определяющих здоровый образ жизни.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Здоровый образ жизни (ЗОЖ). Определение. Составляющие ЗОЖ: организация питания, режим труда и отдыха, организация сна, двигательная активность, личная гигиена и закаливание, профилактика вредных привычек, культура сексуального поведения и планирование семьи, культура межличностного общения. Принципы ЗОЖ.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте определение понятию «здоровый образ жизни».
- Укажите биологические и социальные принципы здорового образа жизни.
- Назовите основные составляющие здорового образа жизни, кратко охарактеризуйте компоненты здорового образа жизни.
- Раскройте особенности развития организма 18–25 лет.
- Какие факторы влияют на здоровье студентов?
- Как можно оценить образ жизни человека?
- Назовите причины повышения роли физической культуры в современном обществе.
- Понятие рационального питания.
- Режим питания студентов.
- Перечислите основные пищевые вещества и дайте им характеристику.
- Роль воды в организме человека. Питьевой режим в течение суток.
- Что такое пирамида здорового питания?
- Понятие режима дня и его значение для организма.
- Биоритмологическая организация функций организма человека.
- Изменение функций организма в динамике циркадианного биоритма.
- Изменение умственной работоспособности в течение дня и в течение недели.
- Организация рационального режима дня студентов.
- Сон, его виды и роль для организма.
- Табакокурение. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Употребление алкоголя. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Употребление наркотиков. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Что можно порекомендовать тем, кто хочет избавиться от вредных привычек?
- Основные условия регуляции психоэмоционального состояния студентов и их характеристика.

Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях

Тема лекционного занятия: **Тема 2.1. Предмет, задачи и организация оказания первой помощи**

Цели занятия:

- раскрыть основные положения нормативно-правовых документов и актов, регулирующих оказание первой помощи пострадавшим;
- сформировать понимание основ оказания первой помощи при различных состояниях

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение понятия «первая помощь». Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи. Перечень состояний, требующих оказания первой помощи. Перечень мероприятий первой помощи и последовательность их выполнения на месте происшествия. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия. Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. Определение приоритетности оказания первой помощи.

Взаимодействие с аудиторией:

- Основные правила оказания первой помощи в неотложных ситуациях.

- Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь.
- Мероприятия по оценке обстановки и обеспечению безопасных условий для оказания первой помощи.
- Определение наличия сознания у пострадавшего.
- Мероприятия по восстановлению проходимости дыхательных путей и определению признаков жизни у пострадавшего.
- Мероприятия по проведению сердечно-легочной реанимации до появления признаков жизни.
- Мероприятия по поддержанию проходимости дыхательных путей.
- Мероприятия по обзорному осмотру пострадавшего и временной остановке наружного кровотечения.
- Мероприятия по подробному осмотру пострадавшего в целях выявления признаков травм, отравлений и других состояний, угрожающих его жизни и здоровью, и по оказанию первой помощи в случае выявления указанных состояний.
- Придание пострадавшему оптимального положения тела.
- Контроль состояния пострадавшего (сознание, дыхание, кровообращение) и оказание психологической поддержки.

Тема лекционного занятия: **Тема 2.2. Оказание первой помощи при различных состояниях**

Цели занятия: сформировать представление о мерах безопасности при оказании первой помощи, профилактике ВИЧ-инфекции;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Меры безопасности при оказании первой помощи, профилактика ВИЧ-инфекции.

Назначение, устройство и правила пользования аптечкой индивидуальной, пакетом перевязочным медицинским индивидуальным, сумкой медицинской санитарной.

Назначение, устройство и правила пользования пакетом противохимическим индивидуальным, перевязочным материалом.

Аптечка индивидуальная. Состав, правила пользования. Использование содержимого: для обезболивания, при отравлении фосфороорганическими отравляющими веществами, для профилактики инфекционных заболеваний.

Виды перевязочного материала: марля, бинты, легнин, косынки, индивидуальный перевязочный материал, салфетки.

Понятие о видах транспортировки. Показания к самостоятельной транспортировке пострадавшего. Сопровождение пострадавшего. Средства транспортировки.

Переноска пострадавших одним двумя и более добровольцами. Приемы переноски. Особенности извлечения и перекладывания пострадавших с подозрением на травму позвоночника, таза. Погрузка и размещение пострадавших внутри транспортных средств.

Классификация состояний, угрожающих жизни пострадавших и внезапно заболевших. Характеристика терминальных состояний, клинической смерти. Принципы и методы оказания неотложной доврачебной помощи при терминальных состояниях и клинической смерти. Техника непрямого массажа сердца и искусственного дыхания. Правила пользования роторасширителем, воздуховодом. Особенности реанимационных мероприятий при утоплении и поражении электрическим током.

Классификация острых заболеваний дыхательной системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при бронхиальной астме, воспалении легких, плеврите. Клиническая характеристика коматозных состояний. Клиника и первая помощь при гипер- и гипогликемической коме. Оказание первой помощи при тепловом ударе. Признаки острого нарушения проходимости дыхательных путей.

1. Классификация острых заболеваний сердечнососудистой системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при стенокардии и инфаркте миокарда, гипертоническом кризе, нарушениях сердечного ритма.

2. Классификация аллергических заболеваний. Симптомы аллергических реакций. Первая доврачебная помощь при крапивнице, укусах насекомых. Первая помощь при анафилактическом шоке.

3. Основные свойства АХОВ. Пути попадания АХОВ в организм. Диагностика острых отравлений АХОВ. Первая медицинская и доврачебная помощь при острых отравлениях АХОВ (угарный газ, аммиак, хлор, метан). Лечебные мероприятия у пострадавших: - с химическими поражениями отравляющими веществами; - с острыми отравлениями лекарственными средствами; - с бытовыми отравлениями.

4. Виды травматизма. Характеристика закрытых повреждений мягких тканей. Клиника, диагностика, ушибов, особенности оказания первой доврачебной помощи при ушибах мягких тканей. Симптомы повреждения связочного аппарата и мышц конечностей. Принципы оказания первой доврачебной медицинской помощи при ушибах, закрытых повреждениях связочного аппарата суставов, мышц. Особенности оказания доврачебной медицинской помощи при синдроме длительного сдавления. Классификация повреждений костей и суставов, достоверные и вероятные признаки переломов. Клиническая картина наиболее часто встречающихся травматических вывихов. Доврачебная помощь при подозрении на наличие перелома, вывиха. Показания и средства транспортной иммобилизации. Правила наложения табельных транспортных шин при открытых и закрытых повреждениях конечностей.

5. Классификация ран. Клиническая характеристика колотых, резаных, рубленых, рваных, рвано-размозженных, ушибленных, огнестрельных, укушенных ран. Объем неотложной первой медицинской и доврачебной помощи при ранениях. Общие понятия о раневом процессе. Местные признаки ранних раневых осложнений, пути их профилактики и лечения. Классификация кровотечений. Достоверные и вероятные признаки наружных артериальных, венозных, смешанных, внутриполостных кровотечений. Способы остановки наружных кровотечений. Классификация повязок. Виды мягких повязок, применяющихся в практике. Общие правила бинтования и наложения мягких повязок. Основные виды бинтовых повязок, техника их наложения на голову, туловище, конечности. Правила пользования индивидуальным перевязочным пакетом. Контурные повязки на грудную клетку. Косыночные повязки. Техника наложения косыночных повязок. Использование сетчатого эластичного бинта для фиксации асептических повязок на различные участки тела.

6. Особенности дорожно-транспортных происшествий. Механизмы поражающего действия при дорожно-транспортном происшествии. Нарушение функции жизненно-важных органов и систем при дорожно-транспортных происшествиях. Травматический шок. Фазы травматического шока. Степени тяжести торпидной фазы травматического шока. Клиника травматического шока. Профилактика травматического шока. Использование аптечки автомобильной.

7. Классификация ожогов и отморожений. Способы определения площади глубины термических поражений. Основные клинические признаки периодов ожоговой болезни. Критерии тяжести состояния обожженных. Принципы оказания доврачебной помощи при термических поражениях. Объем первой помощи при ожогах концентрированными растворами кислот и щелочей.

Основные инфекционные заболевания. Правила измерения температуры. Типы температурных кривых. Первая помощь при лихорадочных состояниях. Острые пищевые отравления. Правила промывания желудка. Особенности транспортировки инфекционных больных.

Взаимодействие с аудиторией:

- Первая помощь при кровотечениях и ранениях. Способы остановки кровотечения.
- Виды повязок. Правила и приемы наложения повязок на раны.
- Первая помощь при переломах. Приемы и способы иммобилизации с применением табельных и подручных средств.
- Способы и правила переноски и транспортировки пострадавших.

- Первая помощь при ушибах, вывихах, химических и термических ожогах, отравлениях, отморожениях, обмороке, поражении электрическим током, тепловом и солнечном ударах.
- Правила и техника проведения искусственного дыхания и непрямого массажа сердца.
- Основы ухода за больными.
- Возможный состав домашней медицинской аптечки.

Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными.

Тема лекционного занятия: **Тема 3.1. Оценка функционального состояния организма человека.**

Цель занятия раскрыть основные общие принципы ухода за пострадавшими и больными;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение физиологических показателей организма человека. Измерение температуры. Термометрия и ее способы. Исследование пульса. Измерение артериального давления. Подсчет частоты дыхательных движений.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте характеристику удовлетворительному состоянию пациенту, состоянию средней степени тяжести, тяжелому состоянию.
- Перечислите варианты состояния сознания пациента.
- Перечислите типы телосложения человека, дайте характеристику каждому из них.
- Перечислите виды положений пациента в постели.
- Перечислите характеристики, по которым проводится оценка состояния кожных покровов.
- Что означают такие характеристики цвета кожных покровов, как гиперемия, цианоз, иктеричность?
- Назовите наиболее точные места измерения пульса. Назовите случаи, когда нельзя измерять пульс.
- Показатели артериального давления в норме?
- Показали ЧДД у взрослого в норме?

Тема лекционного занятия: **Тема 3.2. Основы ухода за пострадавшими и больными**

Цель занятия раскрыть основные общие принципы ухода за пострадавшими и больными;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией**:** Общие принципы ухода за пострадавшими и больными. Санитарная обработка. Постельное белье и постельные принадлежности. Кормление. Уход за полостью рта, носом, глазами. Стрижка ногтей.

Особенности ухода при отморожениях, ожогах.

Особенности ухода при носовых кровотечениях, травме лица.

Особенности ухода за больными, находящимися на вытяжении, в гипсовой повязке.

Лекарственные формы. Характеристика способов введения лекарственных средств в организм, их преимущества и недостатки. Составление походной, домашней, автомобильной аптечек. Правила хранения и пользования лекарственными средствами. Десмургия. Правила наложения бинтовых повязок.

Взаимодействие с аудиторией:

- Основы ухода за больными.
- Пролежни. Предупреждение пролежней.
- Правила хранения и пользования лекарственными средствами.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования.

Тема занятия: Тема 1.1 Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Формы практических заданий: устный опрос, доклад

Вопросы к обсуждению:

1. Методологические подходы к определению понятия «здоровье».
2. Определение понятия "здоровье", принятое Всемирной организацией здравоохранения.
3. Норма и патология.
4. Здоровье и болезнь. Переходное состояние.
5. Факторы, определяющие здоровье человека, и их значение.
6. Основные компоненты здоровья человека и их характеристика: соматическое, физическое, репродуктивное, психическое, социальное
7. Критерии здоровья.
8. Отношение населения к здоровью.
9. Оценка здоровья.

Темы докладов:

1. Системный подход в решении проблем здоровья.
2. Качество жизни как уровень комфортности человека в обществе.
3. Порядок формирования государственной политики в области охраны здоровья граждан в Российской Федерации.
4. Социальное здоровье населения и национальная безопасность общества.
5. Последствия острых и хронических воздействий ионизирующего излучения на организм человека.
6. Значение ультрафиолетового облучения для человеческого организма.
7. Влияние урбанизации на здоровье человека.
8. Качество питания в сохранении и укреплении здоровья.
9. Адаптация человека к экстремальным факторам внешней среды.
10. Двигательная активность и ее влияние на здоровье.
11. Место образа жизни в структуре причин, обуславливающих современную патологию.
12. Гигиеническое обучение и воспитание населения в формировании здоровья и здорового стиля жизни.
13. Влияние на здоровье психоэмоционального напряжения человека в современном обществе.
14. Сексуальная культура. Факторы риска для здоровья.
15. Роль медицинской активности для индивидуальной профилактики заболеваний.

Тема занятия: **Тема 1.2. Основы здорового образа жизни**

Формы практических заданий: устный опрос, доклад

Вопросы к обсуждению:

1. Основные составляющие здорового образа жизни.
2. Традиционные и нетрадиционные методы оздоровления.
3. Права и ответственность человека за сохранение и укрепление своего здоровья.
4. Социально-гигиенические основы вредных привычек.
5. Профилактика раннего алкоголизма, табакокурения, наркомании и токсикомании.

16. Темы докладов:

1. Основные компоненты здорового образа жизни.
2. Роль закаливания в повышении устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов среды.
3. Сбалансированное питание как фактор здорового образа жизни.

4. Физическая активность как фактор здорового образа жизни (ЗОЖ).
5. Рациональный режим труда и отдыха.
6. Психологический микроклимат как фактор здорового образа жизни.
7. Роль здоровой семьи как фактор здорового образа жизни
8. Аддиктивное поведение, понятие, причины.
9. Профилактика аддиктивного поведения.
10. Значение гигиенической культуры в формировании ЗОЖ.
11. Вредные привычки и здоровый образ жизни.
12. Алкоголизм. Виды, профилактика.
13. Табакокурение. Курительные смеси, профилактика.
14. Игромания, причины, профилактика.
15. Влияние на организм человека психоактивных веществ и формирование зависимости.
16. Наркотики и злоупотребление психоактивными веществами.
17. Средства физической культуры как фактор оздоровления человека.
18. Медицинский осмотр (обследования) для допуска к занятиям физической культурой и участию в массовых спортивных соревнованиях.
19. Противопоказания для занятия физкультурой и спортом.

Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях

Тема занятия: Тема 2.1 Предмет, задачи и организация оказания первой помощи

Формы практических заданий: устный опрос

Вопросы к обсуждению:

20. Универсальный алгоритм оказания первой помощи
21. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия
22. Юридическая безопасность первой помощи
23. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь
24. Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи
25. Поощрение за оказание первой помощи
26. Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. определение приоритетности оказания первой помощи

8. Общая последовательность действий на месте происшествия с наличием пострадавших

Тема занятия: Тема 2.2 Оказание первой помощи при различных состояниях

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

1. Мероприятия по оценке обстановки и обеспечению безопасных условий для оказания первой помощи:
- определение угрожающих факторов для собственной жизни и здоровья;
- определение угрожающих факторов для жизни и здоровья пострадавшего;
- устранение угрожающих факторов для жизни и здоровья;
- прекращение действия повреждающих факторов на пострадавшего;
- оценка количества пострадавших;
- извлечение пострадавшего из транспортного средства или других труднодоступных мест;
- перемещение пострадавшего.

2. Мероприятия по восстановлению проходимости дыхательных путей и определению признаков жизни у пострадавшего:

– запрокидывание головы с подъемом подбородка;
– выдвижение нижней челюсти;
– определение наличия дыхания с помощью слуха, зрения и осязания;
– определение наличия кровообращения, проверка пульса на магистральных артериях

3. Мероприятия по проведению сердечно-легочной реанимации до появления признаков жизни:

– давление руками на грудину пострадавшего;
– искусственное дыхание «Рот ко рту»;
– искусственное дыхание «Рот к носу»;
– искусственное дыхание с использованием устройства для искусственного дыхания.

4. Мероприятия по поддержанию проходимости дыхательных путей:

– придание устойчивого бокового положения;
– запрокидывание головы с подъемом подбородка;
– выдвижение нижней челюсти.

5. Мероприятия по обзорному осмотру пострадавшего и временной остановке наружного кровотечения:

– обзорный осмотр пострадавшего на наличие кровотечений;
– пальцевое прижатие артерии;
– наложение жгута;
– максимальное сгибание конечности в суставе;
– прямое давление на рану;
– наложение давящей повязки.

6. Наложение повязок при травмах различных областей тела, в том числе окклюзионной (герметизирующей) при ранении груди;

7. Проведение фиксации (с помощью подручных средств, аутоиммобилизация, с использованием изделий медицинского назначения);

8. Фиксация шейного отдела позвоночника (вручную, подручными средствами, с использованием изделий медицинского назначения);

9. Прекращение воздействия опасных химических веществ на пострадавшего (промывание желудка путем приема воды и вызывания рвоты, удаление с поврежденной поверхности и промывание поврежденной поверхности проточной водой);

10.Местное охлаждение при травмах, термических ожогах и иных воздействиях высоких температур или теплового излучения; Термоизоляция при отморожениях и других эффектах воздействия низких температур.

Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными

Тема занятия: Тема 3.1 Оценка функционального состояния организма человека

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

- измерения температуры тела
- определения частоты дыхательных движений
- определения пульса и регистрацию показателей
- измерения АД
- измерения роста и массы тела

Тема занятия: Тема 3.2 Основы ухода за пострадавшими и больными

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

- смены нательного белья
- гигиенической помывки
- кормления
- перемещения пострадавшего/больного в постели
- перекладывания (пересаживания) на каталку
- туалета половых органов
- применения грелки
- подачи мочеприемника и судна
- подготовки перевязочных материалов

Продемонстрируйте технику:

- наложение давящей повязки.
- наложение артериального жгута.
- наложение давящей повязки.
- наложение воздухонепроницаемой повязки.
- приема «запрокидывание головы — поднятие подбородка».
- проведения первичной сердечно-легочной реанимации

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования	Подготовка к опросу
	Подготовка доклада
	Самостоятельное изучение материала
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	Самостоятельное изучение материала
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	Самостоятельное изучение материала

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Среда обитания и факторы риска.
2. Основные факторы, определяющие здоровье.
3. Факторы природной среды (климат, рельеф, флора и фауна местности и др.).
4. Биологические факторы.
5. Психологические факторы.
6. Адаптационные свойства организма, темперамент, конституция.
7. Социально-экономические факторы: социально-экономическое состояние общества, условия жизни, труда, быта и др.
8. Медицинские факторы – состояние здравоохранения, развитие медико-санитарных служб, недостатки в организации медицинской помощи, медицинская активность населения.

9. Виды факторов риска. Значение факторов риска в формировании здоровья.
10. Факторы риска, связанные с урбанизацией и бытовой средой.
11. Генетические факторы риска.
12. Факторы риска, зависящие от образа жизни.
13. Понятие и определение адаптации.
14. Акклиматизация. Понятие и определение.
15. Общие закономерности адаптивного процесса.
16. Механизмы адаптации.
17. Условия, влияющие на адаптацию.
18. Типы адаптаций.
19. Понятие о стрессе как механизме адаптации.
20. Влияние стресса на здоровье человека.
21. Дистресс.
22. Профилактика стресса.

Перечень тем докладов к Разделу 1:

1. Основные компоненты здорового образа жизни.
2. Роль закаливания в повышении устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов среды.
3. Сбалансированное питание как фактор здорового образа жизни.
4. Физическая активность как фактор здорового образа жизни (ЗОЖ).
5. Рациональный режим труда и отдыха.
6. Психологический микроклимат как фактор здорового образа жизни.
7. Роль здоровой семьи как фактор здорового образа жизни
8. Аддиктивное поведение, понятие, причины.
9. Профилактика аддиктивного поведения.
10. Значение гигиенической культуры в формировании ЗОЖ.
11. Вредные привычки и здоровый образ жизни.
12. Алкоголизм. Виды, профилактика.
13. Табакокурение. Курительные смеси, профилактика.
14. Игромания, причины, профилактика.
15. Влияние на организм человека психоактивных веществ и формирование зависимости.
16. Наркотики и злоупотребление психоактивными веществами.
17. Средства физической культуры как фактор оздоровления человека.
18. Медицинский осмотр (обследования) для допуска к занятиям физической культурой и участию в массовых спортивных соревнованиях.
19. Противопоказания для занятия физкультурой и спортом.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие о смерти и ее этапах.
2. Классификация терминальных состояний и их клинические проявления.
3. Клиническая смерть. Биологическая смерть.
4. Признаки клинической и биологической смерти.
5. Объем и очередность первой помощи при терминальных состояниях.
6. Основные приемы сердечно-легочной реанимации.
7. Сердечно-легочная реанимация.
8. Базовый комплекс реанимационных мероприятий.
9. Удаление инородного тела из дыхательных путей.
10. Искусственное дыхание.
11. Основные правила проведения закрытого массажа сердца.
12. Критерии прекращения СЛР.
13. Этапы сердечно-легочной реанимации.

14. Неотложные состояния при заболеваниях, первая помощь: стенокардия («грудная жаба»); инфаркт миокарда («сердечный приступ»); ишемическая болезнь сердца; гипертонический криз; инсульт; эпилепсия; отравление.
15. Травмы опорно-двигательного аппарата, принципы иммобилизации и транспортировки.
16. Вывих. Признаки, первая помощь.
17. Растяжение. Признаки, первая помощь.
18. Перелом. Признаки перелома. Меры по оказанию первой помощи при переломах.
19. Правила иммобилизации при различных переломах.
20. Профилактика травм опорно-двигательного аппарата.
21. Раны. Классификация ран, их особенности.
22. Раневая инфекция.
23. Пневмоторакс. Виды.
24. Инфицированные раны.
25. Кровотечения: виды, опасности. Классификация кровотечений.
26. Общие признаки кровопотери.
27. Признаки артериального, венозного, смешанного, капиллярного кровотечений.
28. Кровопотеря легкой, средней и тяжелой степеней.
29. Первая помощь при наружных кровотечениях.
30. Кровотечение при переломах.
31. Основные правила десмургии – учения о повязках, их правильном применении и наложении при различных повреждениях и заболеваниях.
32. Повязки, материалы, используемые для наложения повязок.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Общий и специальный уход за больными и пострадавшими.
2. Рекомендуемые средства для ухода за пострадавшими и больными.
3. Специальный уход за больными и пострадавшими в ЧС: пожилого и детского возраста; находящимися в тяжелом состоянии; в период подготовки к операции и послеоперационном периоде.
4. Особенности ухода за больными и пострадавшими в ЧС с повреждением опорно-двигательного аппарата; ожогами и отморожениями; ранениями и травмой головы и груди. Лечебные процедуры и манипуляции: характеристика, назначение.
5. Правила и техника выполнения простейших лечебных процедур и манипуляций.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ЗДОРОВЬЕ И ФАКТОРЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Сфера влияния	Факторы, укрепляющие здоровье	Факторы риска
Образ жизни 50%	отсутствие вредных привычек	курение, алкоголь, наркотики, токсикомания, злоупотребление лекарствами
	рациональное, сбалансированное питание	Несбалансированное в количественном и качественном отношенияхпитание
	адекватная физическая активность	гиподинамия и гипокинезия, гипердинамия
	здоровый психологический климат в семье и на работе	стрессовые ситуации

	внимательное отношение к своему здоровью	недостаточная медицинская активность
Внешняя среда 20%	Микросреда	
	отсутствие вредных факторов производства	вредные условия труда и обучения
	хорошие материально-бытовые условия	плохие материально-бытовые условия
	оседлый образ жизни	миграционные процессы
	Макросреда	
	благоприятные климатическиеи природные условия	Неблагоприятные климатические и природныеусловия
	экологически чистая среда обитания	загрязнение окружающей среды
Биологические факторы 20%	здоровая наследственность	Наследственная предрасположен-ность и наличие наследственных заболеваний
	отсутствие возрастных, половых и конституциональных особенностей, способствующих возникновению заболевания; достаточные функциональные резервы организма	возрастные, половые, конституцио-нальные особенности, влияющие на возникновение заболевания; низкие резервные возможности организма
Организация медицинской помощи 10%	высокий уровень медицинской помощи	Некачественное медицинское обслуживание

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ СОСТОЯНИЯХ

ПЕРЕЧЕНЬ СОСТОЯНИЙ, ПРИ КОТОРЫХ ОКАЗЫВАЕТСЯ ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ, ПЕРЕЧЕНЬ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕЕ ОКАЗАНИЮ

В соответствии с приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 477н «Об утверждении перечня состояний, при которых оказывается первая помощь и перечня мероприятий по оказанию первой помощи», первая помощь оказывается при следующих состояниях:

1. Отсутствие сознания.
2. Остановка дыхания и кровообращения.
3. Наружные кровотечения.
4. Инородные тела верхних дыхательных путей.
5. Травмы различных областей тела.
6. Ожоги, эффекты воздействия высоких температур, теплового излучения.
7. Отморожение и другие эффекты воздействия низких температур.
8. Отравления.

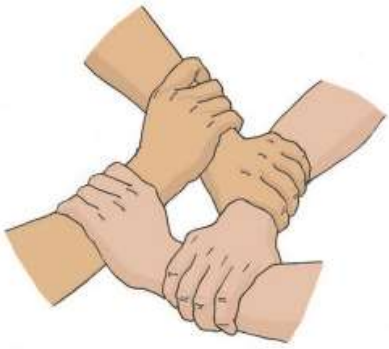
СПОСОБЫ ИЗВЛЕЧЕНИЯ И ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ПОСТРАДАВШЕГО ИЗ АВТОМОБИЛЯ ИЛИ ТРУДНОДОСТУПНОГО МЕСТА

Прежде всего, убедитесь в собственной безопасности!

Когда нужно извлекать пострадавшего из автомобиля или другого труднодоступного места:

- При наличии угрозы для его жизни и здоровья.
- При невозможности оказания первой помощи в тех условиях, в которых находится пострадавший.

Пострадавший в сознании **Пострадавший без сознания**



При переносе пострадавших нельзя идти «в ногу»!

ПРОСТЕЙШИЕ МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ИНФЕКЦИОННЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ, ПЕРЕДАЮЩИХСЯ ПРИ НЕПОСРЕДСТВЕННОМ КОНТАКТЕ С ЧЕЛОВЕКОМ, ЕГО КРОВЬЮ И ДРУГИМИ БИОЛОГИЧЕСКИМИ ЖИДКОСТЯМИ

Для снижения риска заражения при оказании первой помощи следует использовать медицинские перчатки (для защиты рук) и защитные устройства для проведения искусственного дыхания «рот-устройство-рот», находящиеся в аптечках первой помощи. В настоящее время в России производятся устройства для искусственного дыхания различных конструкций. С правилами их использования можно ознакомиться в инструкциях, прилагаемых производителем каждого конкретного устройства.

В состав аптечки для оказания первой помощи работникам входят медицинские 3-слойные маски из нетканого материала, которые применяются для снижения риска инфицирования человека, оказывающего первую помощь.

В случае попадания крови и других биологических жидкостей на кожу следует немедленно смыть их проточной водой, тщательно вымыть руки. При наличии спиртовых антисептические салфеток из бумажного текстилеподобного материала (находятся в аптечке для оказания первой помощи работникам) необходимо обработать кожу с их помощью.

После проведения искусственного дыхания рекомендуется прополоскать рот.

Придание пострадавшему оптимального положения тела

Устойчивое боковое положение.
1. Без сознания.
2. При частой рвоте.
3. В случаях ожогов спины и ягодиц.

Положение на спине с приподнятыми и согнутыми в коленях ногами.
1. При травмах брюшной полости.
2. При большой кровопотере или при подозрении на внутреннее кровотечение.

Положение лягушки с подложенным под колени валиком.
При подозрении на перелом костей таза.

Положение сидя или полусидя.
При травмах грудной клетки.

Положение на спине, на твердой ровной поверхности.
При подозрении на травму позвоночника.

АЛГОРИТМ ПРОВЕДЕНИЯ СЕРДЕЧНО-ЛЕГОЧНОЙ РЕАНИМАЦИИ.

1. СПОСОБЫ ПРОВЕРКИ СОЗНАНИЯ И ДЫХАНИЯ

17.

Для проверки сознания аккуратно потормоши пострадавшего за плечи и спроси: «Что с Вами? Помощь нужна?».

Открой дыхательные пути. Для этого одну руку следует положить на лоб пострадавшего, двумя пальцами другой поднять подбородок и запрокинуть голову. Наклонись щекой и ухом ко рту и носу пострадавшего, смотри на его грудную клетку.

Прислушайся к дыханию, ощути выдыхаемый воздух на своей щеке, установи наличие или отсутствие движений грудной клетки (в течение 10 секунд).

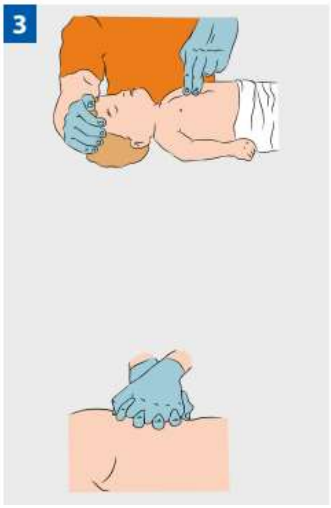
При отсутствии дыхания поручи помощнику вызвать скорую медицинскую помощь: «Человек не дышит. Вызовите скорую помощь. Сообщите мне, что вызвали».

АЛГОРИТМ СЕРДЕЧНО-ЛЕГОЧНОЙ РЕАНИМАЦИИ

ПРОВОДИТСЯ ТОЛЬКО НА ТВЁРДОЙ РОВНОЙ ПОВЕРХНОСТИ!

Положи основание ладони на середину грудной клетки.

Возьми руки в замок. Руки выпрями в локтевых суставах, плечи расположи над пострадавшим так, чтобы давление осуществлялось перпендикулярно плоскости грудины.
Давление руками на грудину пострадавшего выполняй весом всего туловища, на глубину 5-6 см с частотой 100-120 в минуту.



Детям до 1 года давление на грудину производится двумя пальцами.

Детям более старшего возраста - одной или двумя руками (пальцы рук берутся в замок).

У взрослых основание ладони одной руки помещается на середину грудной клетки пострадавшего, вторая рука помещается сверху первой, кисти рук берутся в замок

Последовательность проведения искусственного дыхания

Запрокинь голову пострадавшего, положив одну руку на его лоб, приподняв подбородок двумя пальцами другой руки.

Зажми нос пострадавшего двумя пальцами. Сделай свой нормальный вдох, герметично обхватив своими губами рот пострадавшего, и выполни равномерный выдох в его дыхательные пути в течение 1 секунды, наблюдая за подъемом его грудной клетки. На 2 вдоха искусственного дыхания должно быть потрачено не более 10 секунд.

При проведении этого мероприятия рекомендуется использовать устройство для проведения искусственного дыхания «рот-устройство-рот», входящее в состав аптечек.

Чередуй 30 надавливаний на грудину с 2 вдохами искусственного дыхания, независимо от количества человек, проводящих реанимацию.

Сердечно-легочную реанимацию можно прекратить в следующих случаях:
– прибытие бригады скорой медицинской помощи;
– появление у пострадавшего явных признаков жизни;
– невозможность продолжения сердечно-легочной реанимации ввиду физической усталости (необходимо привлечь помощника).

ОКАЗАНИЕ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ ПОЛНОМ НАРУШЕНИИ ПРОХОДИМОСТИ ДЫХАТЕЛЬНЫХ ПУТЕЙ ИНОРОДНЫМ ТЕЛОМ

У взрослых.
Встань позади пострадавшего, наклони его вперёд, основанием ладони нанеси 5 резких ударов между лопатками. После каждого удара проверяй – не удалось ли устранить непроходимость.

Если инородное тело не удалено, обхвати пострадавшего руками на уровне верхней части живота. Сожми одну руку в кулак и помести его над пупком большим пальцем к себе. Обхвати кулак другой рукой и резко надави на его живот в направлении внутрь и кверху. Повтори серию надавливаний 5 раз.

У беременных женщин или тучных пострадавших (нельзя или невозможно сделать толчки в живот!)
Начни с ударов между лопатками, надавливания делай на нижнюю часть грудной клетки.

Если пострадавший потерял сознание – начни сердечно-лёгочную реанимацию. При этом следи за возможным появлением инородного тела во рту для того, чтобы своевременно удалить его.

После восстановления дыхания придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

У детей.
Признаки: Ребенок задыхается, не способен говорить, внезапно становится синюшным, может потерять сознание. Положи ребенка на предплечье своей руки, головой вниз, придерживая его голову, нанеси 5 ударов между лопатками.

В случае, если хлопки не помогли, сделай 5 толчков двумя пальцами в нижнюю часть грудной клетки. Повторяй эти мероприятия до тех пор, пока инородный предмет не будет извлечён.

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ НАРУЖНОМ КРОВОТЕЧЕНИИ

Убедись, что ни тебе, ни пострадавшему ничто не угрожает. Используй медицинские перчатки для защиты от биологических жидкостей пострадавшего. Переместите пострадавшего (при необходимости).

Проверь у пострадавшего сознание.

Если пострадавший в сознании, быстро (в течение 1-2 секунд) проведи обзорный осмотр для определения сильного наружного кровотечения.

Выполни остановку кровотечения наиболее подходящим способом или их комбинацией.

Способы временной остановки наружного кровотечения

Выполни прямое давление на рану.

Наложи давящую повязку. Закрой рану несколькими сложенными салфетками или несколькими туго свернутыми слоями марлевого бинта. Туго забинтуй сверху. Если повязка промокает, поверх нее наложи еще несколько плотно свернутых салфеток и крепко надави ладонью поверх повязки.

Если давящая повязка и прямое давление на рану неэффективны или сразу было обнаружено артериальное кровотечение из крупной артерии (бедренная, плечевая), выполни пальцевое прижатие артерии. Её следует сильно прижать к кости до остановки кровотечения.

До наложения жгута не отпускай прижатую артерию, чтобы не возобновилось кровотечение. Если начал уставать, попроси кого-либо из присутствующих прижать твои пальцы сверху.

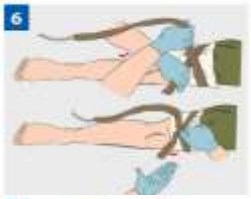
Точки прижатия артерий

1. Сонная
2. Плечевая
3. Подмышечная
4. Бедренная

На конечностях точка прижатия артерии к кости должна быть выше места кровотечения. На шее – ниже раны.

Жгут – крайняя мера временной остановки артериального кровотечения!

Наложи кровоостанавливающий жгут. Он накладывается на мягкую подкладку (элемент одежды пострадавшего) выше раны и как можно ближе к ней.



Подведи жгут под конечность и растяни.

Затяни первый виток жгута и убедись, что кровотечение из раны прекратилось.

Наложи последующие витки жгута с меньшим усилием по восходящей спирали, захватывая предыдущий виток примерно наполовину.

Вложи под жгут записку с указанием даты и точного времени наложения. Не закрывай жгут повязкой или шиной! Максимальное время нахождения жгута на конечности не должно превышать 60 мин. в теплое время года и 30 мин. в холодное.

Эффективно можно остановить наружное кровотечение максимальным сгибанием конечности в суставе. Например, при травме бедра сверток из ткани или несколько бинтов вложи в область паховой складки, нижнюю конечность согни в тазобедренном суставе (притягивая колено к груди) и зафиксируй руками, бинтом или подручными средствами.

При значительной кровопотере уложи пострадавшего с приподнятыми ногами.

Если максимальное время наложения жгута истекло, а медицинская помощь недоступна, сделай следующее:

1. Осуществи пальцевое прижатие артерии выше жгута.
2. Сними жгут на 15 минут.
3. По возможности выполни массаж конечности.
4. Наложи жгут чуть выше предыдущего места наложения (если это возможно).
5. Максимальное время повторного наложения — 15 минут

АЛГОРИТМ ПОДРОБНОГО ОСМОТРА ПОСТРАДАВШЕГО

Подробный осмотр производится с целью выявления признаков травм, отравлений и других состояний, угрожающих жизни и здоровью пострадавшего.

Осмотри голову пострадавшего. Делай это максимально осторожно и аккуратно!

Выполни осмотр шеи пострадавшего.

Внимательно и осторожно осмотри грудь и спину пострадавшего.

Выполни осмотр живота и таза пострадавшего, действуй бережно и внимательно!

Осмотри каждую руку пострадавшего.

Выполни подробный осмотр ног пострадавшего.

При выявлении травм и других состояний, угрожающих жизни и здоровью пострадавшего, выполни соответствующие мероприятия первой помощи.

Первая помощь при травме головы

Останови кровотечение прямым давлением на рану и наложением давящей повязки. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Контролируй наличие сознания и дыхания.

При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.
Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при травмах глаз и век

При травмах глаз и век наложи повязку на оба глаза (если не закрывать повязкой оба глаза, то движения здорового глаза будут вызывать движение, боль и дополнительные повреждения в пострадавшем глазу).
Вызови скорую медицинскую помощь.

Передвигаться пострадавший должен только за руку с сопровождающим!

Первая помощь при носовом кровотечении

При носовом кровотечении усади пострадавшего, слегка наклони его голову вперёд. Сожми крылья носа на 15-20 минут. При этом пострадавший должен дышать ртом!

Приложи к переносице холод (мокрый платок, снег, лед).

Рекомендуй пострадавшему сплевывать кровь (при попадании крови в желудок может развиться рвота).

Если кровотечение в течение 15-20 минут не останавливается, вызови скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при травме шеи

Прижми сонную артерию для остановки артериального кровотечения.
При венозном кровотечении выполни прямое давление на рану и наложи давящую повязку.

При подозрении на травму шейного отдела позвоночника (ДТП, падение с высоты, ныряние), если необходимо перемещение пострадавшего, фиксируй его голову и шею вручную предплечьями. При экстренном извлечении пострадавшего фиксируй его шею рукой.

Вызвать (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при ранении грудной клетки

Признаки: кровотечение из раны на грудной клетке с возможным образованием пузырей и подсасыванием воздуха через рану.
При отсутствии в ране инородного предмета прижми ладонь к ране и закрой в нее доступ воздуха. Если рана сквозная, закрой входное и выходное раневые отверстия.

Закрой рану воздухонепроницаемым материалом (герметизируй рану), зафиксируй этот материал повязкой или пластырем.

Придай пострадавшему полусидячее положение с наклоном в пораженную сторону.

При наличии в ране инородного предмета зафиксируй его валиками из бинта, пластырем или повязкой.
Извлекать из раны инородные предметы на месте происшествия запрещается!

Первая помощь при ранении живота

Запрещается вправлять в рану выпавшие внутренние органы.
Пострадавшему запрещено пить и есть! Для утоления чувства жажды–смачивай ему губы.

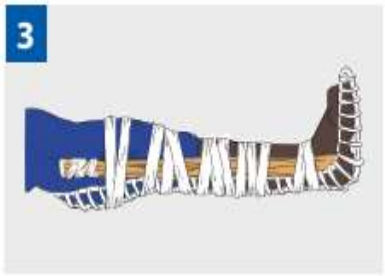
Вокруг выпавших органов положи валик из марлевых бинтов (защити выпавшие внутренние органы).

Поверх валиков наложи повязку. Не прижимая выпавшие органы, прибинтуй повязку к животу.

Наложи холод на повязку.

Защити пострадавшего от переохлаждения. Укутай теплыми одеялами, одеждой.
Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при травмах конечностей



Если предполагается самостоятельная транспортировка пострадавшего–обеспечь неподвижность места переломов костей с помощью шин или подручных средств (ветка, доска), наложенных поверх одежды.

Правила иммобилизации (обездвиживания)

Иммобилизация выполняется с обездвиживанием двух соседних суставов, расположенных выше и ниже места перелома.

В качестве иммобилизующего средства можно использовать шины или плоские узкие предметы: палки, доски, линейки, прутья, фанеру, картон и др. Острые края и углы шин из подручных средств должны быть сглажены, обмотаны бинтом. После наложения шину необходимо зафиксировать бинтами или пластырем. При переломах шину накладывают поверх одежды и обуви.

При открытых переломах нельзя прикладывать шину к местам, где выступают наружу костные отломки.

Шину на всем протяжении (исключая уровень перелома) плотно прикрепить к конечностям бинтом, но не очень туго, чтобы не нарушалось кровообращение. При переломе нижней конечности шины накладывать с двух сторон.

При отсутствии шин или подручных средств поврежденную ногу можно иммобилизировать, прибинтовав ее к здоровой ноге, а руку — к туловищу.

Защити пострадавшего от переохлаждения, дай обильное теплое сладкое питьё.

Первая помощь при термических ожогах

Убедись, что тебе ничего не угрожает. Останови пострадавшего. Уложи его на землю.

Охлади ожоговую поверхность водой в течение 20 минут.

Потуши горящую одежду любым способом (например, накрой человека негорючей тканью).

Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Пузыри не вскрывать. Из раны не удалять посторонние предметы и прилипшую одежду! Наложи на ожоговую поверхность стерильную повязку и холод поверх повязки. Дай обильное питьё.

Первая помощь при тепловом (солнечном) ударе

При появлении признаков теплового (солнечного) удара (повышенная температура тела, влажная бледная кожа, головная боль, тошнота и рвота, головокружение, слабость потеря сознания, судороги, учащенное сердцебиение и дыхание) переведи (перенеси) пострадавшего в прохладное, проветриваемое место (в тень, к открытому окну).

При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации (см. стр. 15-21). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Положи на голову, шею и паховую область смоченные в холодной воде полотенца (салфетки).

При судорогах удерживай голову и туловище пострадавшего, оберегая от травм.

При восстановлении сознания напои пострадавшего прохладной водой.

Первая помощь при отморожениях

Перемести пострадавшего в более теплое помещение.

Укрой поврежденные конечности и участки тела теплоизолирующим материалом (вата, одеяло, одежда). Согревание должно происходить «изнутри» с одновременным восстановлением кровообращения. **Пораженные участки нельзя активно согревать (опускать в горячую воду), растирать, массировать, смазывать чем-либо!**

Укутай пострадавшего в одеяла, при необходимости переодень в сухую одежду.

Дай обильное горячее сладкое питьё. Накорми горячей пищей. **Использование алкоголя запрещено!** Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при общем переохлаждении

Вынеси (выведи) пострадавшего за пределы зоны поражения, обеспечив собственную безопасность.

Занеси пострадавшего в теплое помещение или согрей пострадавшего (укутай пострадавшего теплым одеялом, спасательным покрывалом, одеждой). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Если пострадавший в сознании, дай обильное горячее сладкое питьё. Накорми горячей пищей. **Использование алкоголя запрещено!**

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ

Первая помощь при поступлении токсического вещества через рот

Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь. Выясни обстоятельства происшедшего (в случае лекарственного отравления предъяви упаковку от лекарств прибывшему медицинскому работнику).

Если пострадавший в сознании, обеспечь промывание желудка. Дай пострадавшему большое количество воды (5-6 стаканов) и вызови рвоту, надавив двумя пальцами на корень языка. Общий объем принятой жидкости при промывании желудка должен быть 2,5–5 л. Промывание желудка проводить до «чистых промывных вод».

Если пострадавший без сознания, определи наличие у него самостоятельного дыхания.

При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации (см. стр. 15-21). Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Укутай пострадавшего теплыми одеялами, одеждой.

Первая помощь при поступлении токсического вещества через дыхательные пути

Убедись, что ни тебе, ни пострадавшему ничего не угрожает, вынеси пострадавшего в безопасное место или открой окна, проветри помещение.

Признаки отравления угарным газом: резь в глазах, звон в ушах, головная боль, рвота, потеря сознания, покраснение кожи.

Признаки отравления бытовым газом: тяжесть в голове, головокружение, шум в ушах, рвота, резкая мышечная слабость, усиление сердцебиения, сонливость, потеря сознания, непроизвольное мочеиспускание, побледнение (посинение) кожи, поверхностное дыхание, судороги.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение.
Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при поражении электрическим током

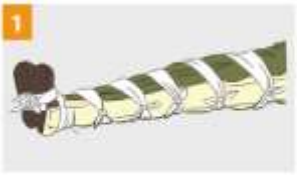
Обеспечь свою безопасность.
По возможности отключи источник тока.
При подходе к пострадавшему по земле иди мелкими шагами.

Сбрось с пострадавшего провод сухим, не проводящим ток, предметом (палка, пластик). Оттащи пострадавшего за одежду не менее чем на 10 метров от места касания проводом земли или от оборудования, находящегося под напряжением.*

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение.
Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при укусах ядовитых змей

1



Ограничь подвижность пострадавшей конечности. При укусе ноги прибинтуй ее к другой ноге.

1

При укусе руки — зафиксируй ее к туловищу в согнутом положении.

2

3

Первая помощь при укусах насекомых

1

При укусе насекомого удали жало из ранки.

2

Приложи холод к месту укуса. При возникновении аллергической реакции следует обратиться к врачу. Следи за состоянием больного до прибытия медицинского работника.

Первая помощь при поражениях глаз

1

При химических ожогах глаз или попадании в глаза инородных тел осторожно раздвинь веки пальцами, обильно промой глаза чистой водой (желательно комнатной температуры). Промывать глаза следует так, чтобы вода стекала от носа к виску.

2

Наложи повязку на оба глаза (если не закрыть повязкой оба глаза, то движения здорового глаза будут вызывать движения и боль в пострадавшем глазу). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь. Передвигаться пострадавший должен только за руку с сопровождающим!

Первая помощь при обмороке

Признаки: бледность, внезапная кратковременная потеря сознания. Придай пострадавшему устойчивое боковое положение, ослабь галстук, расстегни ворот верхней одежды, ослабь брючный ремень, сними обувь, обеспечь доступ свежего воздуха.

Если сознание не восстанавливается более 3-5 минут, вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

В любом случае следует обратиться к врачу для обследования и определения причины обморока.

Первая помощь при сердечном приступе

Первая помощь при подозрении на инсульт

Кормление тяжелобольных пациентов в постели ложкой

Кормление.

- ✓ Проверить г горячей пищи, капнув несколько капель себе на тыльную поверхность кисти.
- ✓ Предложить выпить (лучше через трубочку) несколько глотков жидкости.
- ✓ Кормить медленно:
  - называть каждое блюдо, предлагаемое пациенту;
  - наполнять ложку на 2/3 твердой (мягкой) пищей;
  - коснуться ложкой нижней губы, чтобы пациент открыл рот;
  - приноситься ложкой к языку и извлечь пустую ложку;
  - дать время прожевать и проглотить пищу;
  - предлагать питье после нескольких ложек пищи.
- ✓ Вытирать (при необходимости) губы салфеткой.
- ✓ Предложить пациенту прополоскать рот водой после еды.

Завершение кормления:

- ✓ Убрать после еды посуду и остатки пищи.
- ✓ Вымыть руки.

Кормление тяжелобольных пациентов с помощью поильника

Кормление:

- ✓ Переместить пациента набок или, в положение Фаулера (если позволит его состояние).
- ✓ Прикрыть шею и грудь пациента салфеткой.
- ✓ Кормить пациента из поильника небольшими порциями (глотками).

Окончание кормления:

- ✓ Дать прополоскать рот водой после кормления.
- ✓ Убрать салфетку с пациента.
- ✓ Помочь пациенту занять удобное положение.
- ✓ Убрать остатки пищи. Вымыть руки.

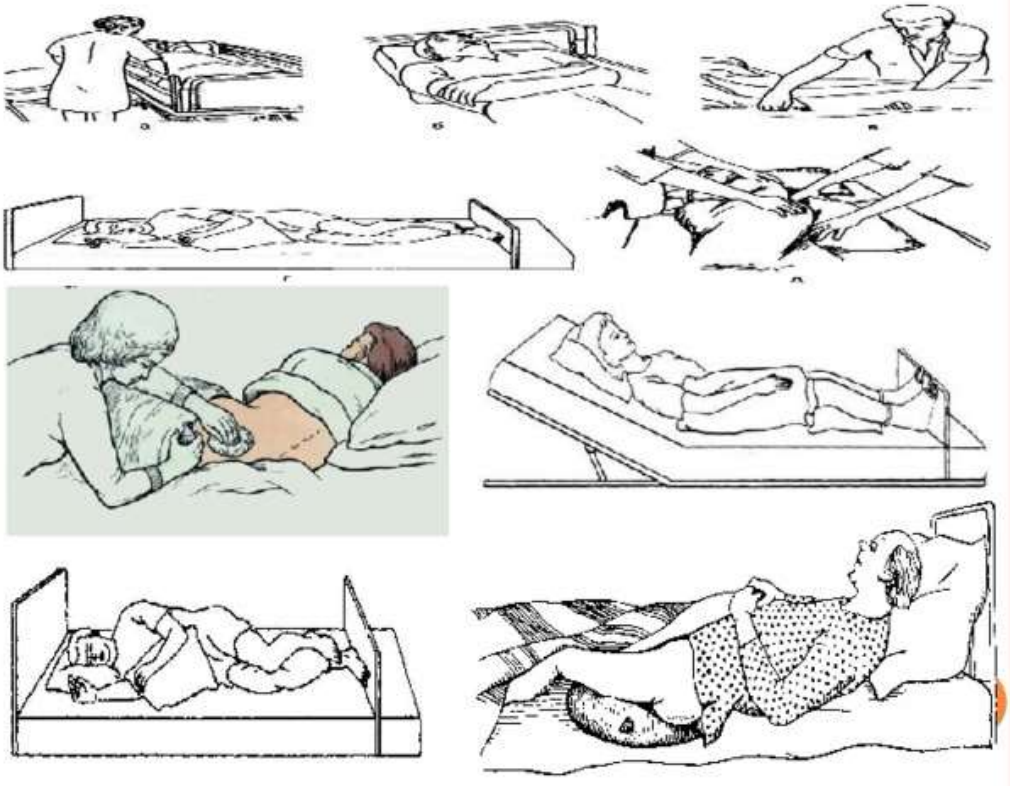
Примечание: *В течение всей процедуры кормления пища должна быть теплой и выглядеть аппетитной.*

Смена нательного белья

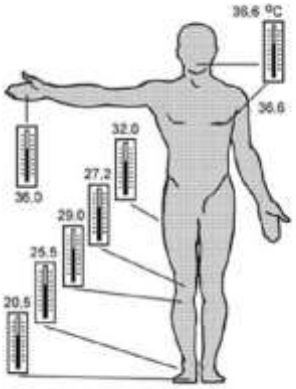
- Правой рукой поддерживают голову пациента за затылок, а левой рукой, захватив собранную на спине рубашку, аккуратно ее снимают, не касаясь грязной рубашкой лица пациента.
- Опускают голову пациента на подушку.
- Освобождают руки из рукавов: сначала здоровую, потом больную.
- Надеть чистую рубашку на тяжелобольного можно, выполняя все действия точно в обратной последовательности, т.е. собрав чистую рубашку по спине, надеть рукав на больную руку, затем на здоровую; сложить руки на груди и, поддерживая правой рукой голову пациента, левой рукой надеть рубашку через отверстие горловины на голову больного, расправить рубашку дома.

Смена постельного белья

ПРОФИЛАКТИКА ПРОЛЕЖНЕЙ



Подача судна, мочеприемника тяжелобольному



Термометрия тела человека

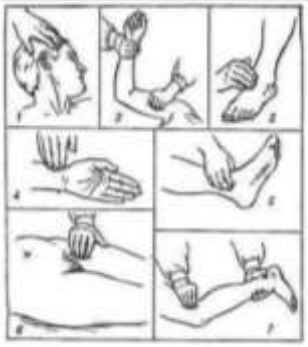
Измерение температуры тела (термометрия)

Измерение температуры тела проводится, как правило, дважды в день: утром в 7-8 ч и вечером в 17-18 ч. Следует отметить, что температура тела минимальная рано утром (между 3 и 6 ч), а максимальная - во второй половине дня (между 17 и 21 ч).

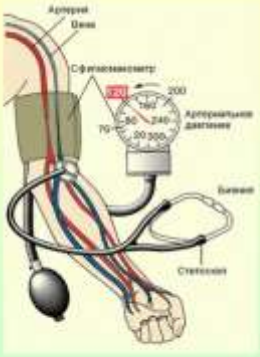
Чаще всего термометрию проводят в подмышечной впадине, реже в паховой складке (у детей).

В областях, используемых для измерения температуры тела, не должно быть воспалительного процесса, так как последний даёт местное повышение температуры.

Методика измерения пульса на различных артериях



1 — височной;
2 — плечевой;
3 — тыльной артерии стопы;
4 — лучевой;
5 — задней большеберцовой;
6 — бедренной;
7 — подколенной.



- **Прибор надевают на руку; давление в нём увеличивают примерно до 200 миллиметров ртутного столба.**
- **Затем из сфигмоманометра медленно выпускают воздух, непрерывно прослушивая пульс.**
- **Таким образом последовательно находят сначала артериальное давление, а затем венозное.**

Давление крови измеряется сфигмоманометром (тонометром)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декана факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) РЕКЛАМНЫЙ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ РЫНОК РОССИИ И МИРА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **8**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 8
3.2. Задания для самостоятельной работы 8
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 9
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **10**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 10
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 10
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 11
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12
4.5. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 13
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 14
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **15**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 15
5.1.1. Основная литература 15
5.1.2. Дополнительная литература 15
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 16
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 16
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 17
5.4.1. Средства информационных технологий 17
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 17
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 18
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 18
5.6. Образовательные технологии 18
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **20**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в медиа с их последующим применением в профессиональной деятельности по проектированию массовых информационных потоков в соответствии с исторической, политической, социальной и экономической ситуацией в государстве и мире, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Содействовать овладению представлений на основе знаний о журналистике и СМИ о технологиях работы в визуальном аспекте;
2. Формировать навыки создания визуальных решений в медиа;
3. Формировать навыки необходимые для подготовки авторских материалов в различных визуальных жанрах.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: базовые характеристики медиа текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ Уметь: осуществлять подготовку медиатекстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 1**			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	8			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	60	60			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1. Международный рекламный рынок	33	17	16	6		6				4	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.1. История становления рекламы в США и Европе	20	10	10	4		4				2	
Тема 1.2 Современное состояние рынка рекламы в мире	13	7	6	2		2				2	
Раздел 2. Рекламный рынок в России	30	10	20	8		8				4	
Тема 2.1. История становления	15	5	10	4		4				2	
Тема 2.2. Современное состояние и актуальные тренды на рынке рекламы в России	15	5	10	4		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**		**14**				**8**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1 Сессия 1-2)											
Раздел 1. Международный рекламный рынок	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. История становления рекламы в США и Европе	17	15	2	2							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.2 Современное состояние рынка рекламы в мире	17	15	2			2					
Раздел 2. Рекламный рынок в России	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. История становления	17	15	2	2							
Тема 2.2. Современное состояние и актуальные тренды на рынке рекламы в России	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК

Тема 1.1. История становления рекламы в США и Европе

Перечень изучаемых элементов содержания

Этапы развития рекламы в США. Первые рекламные агентства в США. Развитие эфирной рекламы. Появление позиционирующей рекламы. Формирование понятия «Герои нации». Становление рекламы в Западной Европе с появлением печатного дела. Влияние индустриальной революции на развитие рекламы. Первые рекламные агентства Европы и Англии. Влияние мировых войн XX века на развитие рекламы в Европе.

Тема 1.2 Современное состояние рынка рекламы в мире

Перечень изучаемых элементов содержания

Средства распространения рекламы. Нетрадиционные средства распространения международной рекламы. Основные тенденции развития мирового рынка рекламы. Мировая реклама и сеть интернет. Перспективы развития мировой рекламы. Технологии виртуальной и дополненной реальности.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Анализ рекламного опыта и технологий.

Форма практического задания: выполнение проекта, дискуссия по выполненному заданию

Темы проектов (предоставить презентацию раскрытия своего проекта)

1. Провести анализ технологий и разработок, применяемых в США и Европе в XX веке, оценить влияние исторических событий на мировой рынок рекламы в отдельно взятом регионе.
2. Предоставить презентацию на тему «Анализ истории становления реклама в…»

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК В РОССИИ

Тема 2.1. История становления

Перечень изучаемых элементов содержания

Реклама на Руси, в царской России, в Российской империи. Реклама в СССР. Художники, поэты, писатели в индустрии рекламы XX века. Реклама в 90х годах.

Тема 2.2. Современное состояние и актуальные тренды на рынке рекламы в России

Перечень изучаемых элементов содержания

Современные рекламные тренды в России. Сравнение рынка России с рынком Европы и США. Объем рекламного рынка России. Сегментация рынка рекламы России. Перспективы развития.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практических занятий: **Оценка перспектив развития рынка России.**

Форма практического задания: выполнение проектов, дискуссия по выполненному заданию

Темы проектов (предоставить презентацию раскрытия своего проекта)

1. Оценить используемые технологии рекламы в России.
2. Проведение сравнительного анализа мирового рынка рекламы и Российского рекламного рынка.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Международный рекламный рынок	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Рекламный рынок в России	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Соотношение понятий международные отношения, внешняя политика, мировая политика, дипломатия.
2. Основные центры международных исследований в России
3. Основные центры международных исследований в мире.
4. Экономический фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
5. Социальный фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
6. Политический фактора в современных международных отношениях и в мировой политике.
7. Международные экономические организации и их роль в современном мире

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Перспектива рекламного рынка России
2. Рекламный рынок стран СНГ
3. Таргетированность в рекламе
4. Перспективы развития рынка рекламы в России
5. Сравнение столичных и региональных рекламных рынков России
6. Деятельность профессиональных организаций в России
7. Деятельность профессиональных организаций в Европе

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Функция рекламной коммуникации
2. Каналы передачи информации и способы ее кодирования.
3. Рекламное агентство: цели, задачи, функции, сотрудники.
4. Особенности рекламных коммуникаций в СССР
5. Особенности рекламных коммуникаций в России и СНГ
6. Влияние современной геополитики на деятельность иностранных компаний в России.
7. Запреты и ограничения на рекламу в современной России.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

8. Деятельность профессиональных организаций в США
9. Влияние экономических кризисов на мировой рынок рекламы
10. Влияние пандемии на развитие рекламы
11. Оценка возможных причин спада рынка рекламы
12. Запреты и ограничения для рекламы
13. Проблемы рынка рекламы в России
14. Оценка перспектив и возможностей в рекламном бизнесе

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на

титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачёт**,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (выполнение проекта и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Международный рекламный рынок	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Хронология развития рекламы в США и Европе. 2. Основные цели и задачи рекламы на каждом этапе. 3. Виды и средства рекламы. 4. Сфера распространения рекламы. 5. Ограничения на рекламу в США 6. Ограничения на рекламу в Европе 7. Рекламный рынок Азии.
2.	Раздел 2. Рекламный рынок в России	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Первая реклама. 2. Лубок. Первая коммерческая реклама. 3. Газетные объявления. 4. Первые рекламные бюро. 5. Известные художники. 6. Реклама в СССР. 7. Реклама в современной России.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-1	1. Хронология развития рекламы в США. 2. Хронология развития рекламы и Европе. 3. Хронология развития рекламы в России до XX века. 4. Развития рекламы в СССР. 5. Реклама в 90е годы в Российской Федерации. 6. Реклама в России XXI в. 7. Реклама в азиатских странах. 8. Тренды в рекламе XX века 9. Антитренды в рекламе 10. Построение рекламных компаний 11. Основные цели и задачи рекламы на каждом этапе. 12. Виды и средства рекламы. 13. Сфера распространения Рекламы. 14. Первая реклама в мировой истории. 15. Первая коммерческая реклама в США и Европе. 16. Коммерческая реклама в Российской империи. 17. Профильные выставки и мероприятия 18. Отличия рекламного рынка России и мира 19. Оценка эффективности различных площадок для размещения рекламы 20. Перспектива рекламного рынка России 21. Рекламный рынок стран СНГ 22. Таргетированность в рекламе 23. Перспективы развития рынка рекламы в России 24. Сравнение столичных и региональных рекламных рынков России 25. Деятельность профессиональных организаций в России 26. Деятельность профессиональных организаций в Европе 27. Деятельность профессиональных организаций в США 28. Влияние экономических кризисов на мировой рынок рекламы 29. Влияние пандемии на развитие рекламы 30. Оценка возможных причин спада рынка рекламы 31. Запреты и ограничения для рекламы 32. Проблемы рынка рекламы в России 33. Оценка перспектив и возможностей в рекламном бизнесе 34. Зависимость рекламного рынка от сезонности 35. Виды сезонности в рекламе 36. Проявление сезонности в различных сфера рекламы 37. Главные инструменты сезонной рекламы 38. Циклы подъемов и спадов в рекламе 39. Рекламная межсезонность 40. Газетная реклама. 41. Первые рекламные бюро. 42. Известные художники, поэты и писатели в рекламе. 43. Реклама в СССР. 44. Привлечение селебрити в рекламе

	45. Реклама в современной России. 46. Рекламные агентства. 47. Крупнейшие рекламодатели России 48. Крупнейшие рекламодатели в мире 49. Внедрение интерактивной интегрированной рекламы. Мировой опыт 50. Рекламные инструменты в онлайн и офлайн бизнеса. Мировой опыт

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/511347*

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/531939* .

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/542662* .

5.1.2. Дополнительная литература

Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/543173* .

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/540748* .

Современные международные отношения : учебник и практикум для вузов / В. К. Белозёров [и др.] ; под редакцией В. К. Белозёрова, М. М. Васильевой, А. И. Позднякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15880-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/53590*.

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478. – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: *https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478* . – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;

- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip

6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной

информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декана факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ ФОТОМАСТЕРСТВА ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **8**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 8
3.2. Задания для самостоятельной работы 8
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 9
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **10**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 10
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 10
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 11
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 14
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 15
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **16**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 16
5.1.1. Основная литература 16
5.1.2. Дополнительная литература 16
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 16
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 17
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 18
5.4.1. Средства информационных технологий 18
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 18
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 18
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 19
5.6. Образовательные технологии 19
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **20**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Обеспечить изучение основных принципов организации блогосферы;
2. Формирование навыков определения критериев выбора методики и инструментария для работы фотографа в блогах;
3. Обеспечить изучение основных этапов планирования и осуществления фотопроектов в сфере блогинга;
4. Формировать навыки профессиональной коммуникационной культуры работы фотографа в блогах.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			

Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 1**			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	8			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	60	60			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	33	17	16	6		6				4	
Тема 1.1. Социальные сети и особенности визуального	20	10	10	4		4				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
контента.											
Тема 1.2 Жанры фото в социальных сетях.	13	7	6	2		2				2	
Раздел 2. Создание фото контента для блога	30	10	20	8		8				4	
Тема 2.1. Оборудование для создания контента для социальных сетей.	15	5	10	4		4				2	
Тема 2.2. Дизайн блога и контент.	15	5	10	4		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**14**		**14**				**8**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1 Сессия 1-2)											
РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Социальные сети и особенности визуального контента.	17	15	2	2							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.2 Жанры фото в социальных сетях.	17	15	2			2					
Раздел 2. Создание фото контента для блога	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. Оборудование для создания контента для социальных сетей.	17	15	2	2							
Тема 2.2. Дизайн блога и контент.	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	4										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И БЛОГОСФЕРЕ

Тема 1.1. Социальные сети и особенности визуального контента.

Перечень изучаемых элементов содержания

Виды социальных сетей. Особенности работы в различных социальных сетях. Аудитория социальных сетей. Построение контент анализа блога.

Тема 1.2 Жанры фото в социальных сетях

Перечень изучаемых элементов содержания

Фэшн съемка. Съемка одежды и предметов интерьера. Фотографирование еды и продуктов. Свадебная фотография. Портретная съемка. Репортаж. Архитектурная фотография. Пейзаж. Арт фото.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Контент анализ опыта и технологий фотосъемки.

Форма практического задания: выполнение проекта, дискуссия по выполненному заданию

Темы проектов (предоставить презентацию проекта, защитить проект)

Проведение контент анализа выбранного блогера с целью определения использованного жанра, а так же сопоставление с подобным контентом других блогеров.

Анализ контент жанров фотографии в социальных сетях

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ФОТО КОНТЕНТА ДЛЯ БЛОГА

Тема 2.1. Оборудование для создания контента для социальных сетей.

Перечень изучаемых элементов содержания

Фото и видео оборудование для блога. Работа со светом. Фон и интерьер для съемки. Программное обеспечение для монтажа и пост обработки контента. Мобильная съемка и ее особенности.

Тема 2.2. Дизайн блога и контент.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные правила подбора иллюстраций. Сочетания цветов. Использование графических элементов. Особенности ведения фотоблога. Значение фотографии в современном мире. Роль фотографии в блогинге. Фотографии со смыслом и для развлечения. Мобильные приложения для съемки фотографий. Понятие о коллаже. Цифровой фотомонтаж изображений

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практических занятий: **Создание фото контента.**

Форма практического задания: выполнение проектов, дискуссия по выполненному заданию

Тема проекта (предоставить презентацию проекта, защитить проект)

Выбрать жанр и подготовить фотосет для размещения в социальных сетях. Разместить фотосет в своих социальных сетях и провести анализ реакций подписчиков.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Создание фото контента для блога	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Блоги в Вконтакте
2. Блоги в Дзен
3. Блоги в Одноклассниках
4. Блоги в Telegram
5. Работа одновременно на нескольких площадках
6. Личный веб сайт
7. Блоги на условно-доступных площадках

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Дизайн и композиция фотографии
2. Работа с визуализацией инфографики для размещений в социальных сетях
3. Акцентная типографика
4. Использование шрифта и цвета для оформления фотографии
5. Использование чужих, защищенных авторским правом фотоматериалов.
6. Роль гайдлайна и брендбука для создания визуального контента для социальных сетей
7. Влияние философии бренда на визуальный контент

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Основные правила подбора иллюстраций.
2. Сочетания цветов.

3. Использование графических элементов.
4. Особенности ведения фотоблога.
5. Роль фотографии в блогинге.
6. Мобильные приложения для съемки фотографий.
7. Правила мобильной фотографии

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Роль фотографа и оператора в создании визуального контента для социальных сетей
2. Работа с реквизитом для создания визуального фото контента
3. Роль ретушера и дизайнера для оформления фото контента
4. Анализ отклика на фото контент
5. Тренды визуального контента
6. Виды визуального контента
7. Контент фотосессия

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются

цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачёт**,** которые проводится в **устной** форме.

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (выполнение проекта и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за

каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий

1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Работа в социальных сетях и блогосфере	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Фотоблогер как амплуа 2. Блогер-лидер мнений 3. Блогер-жерналист-информационщик 4. Блогер-военкор 5. Блогер-звезда шоу-бизнеса и спорта. 6. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента журналов. 7. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента газет.
2.	Раздел 2. Создание фото контента для блога	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Копирайтинг в блогинге 2. Рерайтинг в блогинге 3. Этические правила фотографии 4. Композиция фотографии в блоге 5. Зависимость контента от вида площадки 6. Журналистская статья и блогерский пост: общее и особенное 7. Оборудование для создание контента.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента журналов. 2. Отличие фото контента для социальных сетей от фото контента газет. 3. Копирайтинг в блогинге 4. Рерайтинг в блогинге 5. Этические правила фотографии 6. Композиция фотографии в блоге 7. Зависимость контента от вида площадки 8. Журналистская статья и блогерский пост: общее и особенное 9. Оборудование для создания контента. 10. Роль фотографии в блогинге. 11. Мобильные приложения для съемки фотографий. 12. Правила мобильной фотографии 13. Правила размещения теста на фотографии 14. Визуализация дополнительных элементов на изображениях 15. Дизайн визуального контента 16. Цветовое оформление визуального контента для социальных сетей 17. Дизайн и композиция фотографии 18. Работа с визуализацией инфографики для размещений в социальных сетях 19. Акцентная типографика 20. Использование шрифта и цвета для оформления фотографии 21. Использование чужих, защищенных авторским правом фотоматериалов. 22. Роль гайдлайна и брендбука для создания визуального контента для социальных сетей 23. Влияние философии бренда на визуальный контент 24. Роль фотографа и оператора в создании визуального контента для социальных сетей 25. Работа с реквизитом для создания визуального фото контента 26. Роль ретушера и дизайнера для оформления фото контента 27. Анализ отклика на фото контент 28. Тренды визуального контента 29. Виды визуального контента 30. Контент фотосессия 31. Работа с личным брендом 32. Работа с брендом заказчика 33. Каталожная съемка 34. Разработка фирменного стиля визуального контента 35. Виды съемки для бренда 36. Рекламная фотография для социальных сетей 37. Подбор локации и натуры для съемки 38. Работа с мудбордами и референсами 39. Подготовка локации 40. Типичные ошибки при создании визуального контента 41. Съемки для спортивного блога 42. Съемки для бьюти блога 43. Съемки для фуд блога 44. Съемки влога 45. Съемки тревал блога

	46.	Подготовка контент плана
	47.	Использование нейросетей для создания фото контента
	48.	Приложения для постобработки контента
	49.	Работа со светом и освещением
	50.	Оборудование для проведения фотосессии

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536160 .

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/53596 1

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/53193 9.

5.1.2. Дополнительная литература

Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3865-7. – DOI 10.23681/705395. – Текст : электронный.

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/542662.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/51193 7.

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 . – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478 . – Текст : электронный..

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/

2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с

инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/

2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена	Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КОММУНИКАЦИОННОГО АГЕНТСТВА И КОРПОРАТИВНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ПО КОММУНИКАЦИЯМ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 13
3.2. Задания для самостоятельной работы 13
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 16
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 17
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 17
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 17
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 18
4.35. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 20
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 22
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 25
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 25
5.1.1. Основная литература 25
5.1.2. Дополнительная литература 25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 27
5.4.1. Средства информационных технологий 27
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 28
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 28
5.6. Образовательные технологии 28
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 29

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере организации работы маркетингового агентства или соответствующими подразделениями внутри компании; технологий планирования и реализации проектов и построения отношений внутри корпоративных структур и с внешними партнерами, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Сформировать представление о типологии маркетинговых агентств и тенденций развития этого рынка.
2. Содействовать изучению особенностей профессиональной и организационной структуры маркетинговых агентств и отделов маркетинга.
3. Содействовать изучению правовой основы деятельности маркетинговых агентств и отделов маркетинга.
4. Сформировать навыки продвижения деятельности маркетинговых агентств и отделов маркетинга.
5. Сформировать навыки подготовки документов и презентации проектов, взаимодействия с разными типами клиентов и партнеров.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-1; ПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Знает этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.2. Обоснованно прогнозирует результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: технологии организации работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям, нормативные требования к процессу, в рамках процесса создания и реализации маркетинговых и коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь: реализовывать коммуникационный результаты коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, взаимодействовать с заказчиком, применять необходимые технологии
ПК-5 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-5.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК-5.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации	Знать: творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: решать поставленные задачи при работе над индивидуальном и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	72	72			
Лекционные занятия	18	18			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	38	38			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*16*	*16*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	63	63			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	16	16			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	124	124			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**Самостоятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 5)											
РАЗДЕЛ 1. Правовые и экономические аспекты предпринимательства в РФ	35	15	20	6		10				4	
Тема 1.1. Экономические основы предпринимательской деятельности в РФ	20	8	12	4		6				2	
Тема 1.2. Создание, реорганизация и ликвидация коммерческих организаций	15	7	8	2		4				2	
РАЗДЕЛ 2. Открытие и планирование бизнеса	32	16	16	4		8				4	
Тема 2.1. Выбор сферы деятельности. Стартапы. Бизнес-планирование.	16	8	8	2		4				2	
Тема 2.2. Особенности и государственная поддержка развития малого и среднего предпринимательства	16	8	8	2		4				2	
РАЗДЕЛ 3. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям, как субъект хозяйственной деятельности	34	16	18	4		10				4	
Тема 3.1. Содержание работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	18	8	10	2		6				2	
Тема 3.2. Управление деятельностью коммуникационного агентства и корпоративного подразделении по коммуникациям: особенность деятельности (проектная деятельность)	16	8	8	2		4				2	
РАЗДЕЛ 4. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта	34	16	18	4		10				4	
Тема 4.1. Виды маркетинговой коммуникации и коммуникационных продуктов в деятельности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	18	8	10	2		6				2	
Тема 4.2. Методы повышения эффективности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	16	8	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**63**	**72**	**18**		**38**				**16**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3 Сессия 3-4)											
РАЗДЕЛ 1. Правовые и экономические аспекты предпринимательства в РФ	**35**	**31**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Экономические основы предпринимательской деятельности в РФ	18	16	2	2							
Тема 1.2. Создание, реорганизация и ликвидация коммерческих организаций	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 2. Открытие и планирование бизнеса	**35**	**31**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Выбор сферы деятельности. Стартапы. Бизнес-планирование.	18	16	2	2							
Тема 2.2. Особенности и государственная поддержка развития малого и среднего предпринимательства	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 3. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям, как субъект хозяйственной деятельности	**35**	**31**	**4**	**2**		**2**					
Тема 3.1. Содержание работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	18	16	2	2							
Тема 3.2. Управление деятельностью коммуникационного агентства и корпоративного подразделении по коммуникациям: особенность деятельности (проектная деятельность)	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 4. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта	**35**	**31**	**4**	**2**		**2**					
Тема 4.1. Виды маркетинговой коммуникации и коммуникационных продуктов в деятельности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	18	16	2	2							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 4.2. Методы повышения эффективности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**144**	**124**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Правовые и экономические аспекты предпринимательства в РФ

Тема 1.1. Экономические основы предпринимательской деятельности в РФ

Перечень изучаемых элементов содержания

Идеология и история развития предпринимательства. Значение предпринимательства в развитии экономики России. Внешняя и внутренняя среда предприятия. Характеристика основных факторов прямого и косвенного воздействия на формирование предпринимательской среды.

Предприниматель и его партнеры как субъекты предпринимательского процесса. Наемные работники как участники предпринимательской деятельности. Роль потребителя (*клиента) в процессе предпринимательской деятельности. Товар (услуга) как объект предпринимательской деятельности. Жизненный цикл товара (услуги)

Основные функции предпринимательской деятельности. Типы и виды производственной предпринимательской деятельности. Особенности предпринимательской деятельности. Посредническая предпринимательская деятельность. Особенности предпринимательской деятельности в различных сферах экономики. Консультативное предпринимательство. Изучение предпринимательской среды и ее структуры. Характеристика субъектов и объектов предпринимательской деятельности. Определение типологии и структуры предпринимательской деятельности

Основные рыночные параметры (спрос, предложение, конкурентоспособность). Сегментирование рынка и позиционирование товара (услуги). Маркетинговые исследования – основы рыночной стратегии предприятия и поиска ниши. Разработка стратегии ценообразования, выбор оптимальных каналов сбыта и наиболее эффективных видов продвижения товара (услуги).

Тема 1.2. Создание, реорганизация и ликвидация коммерческих организаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Предприятие как действующий хозяйственный субъект. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия и его структуры. Статус предпринимателя: индивидуальное предпринимательство или юридическое лицо. Коммерческие и некоммерческие организации. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования.

Особенности формирование и управления трудовым коллективом. Задачи кадрового обеспечения, Трудовой договор. Организационно-административные экономические методы управления на

предприятии. Формы стимулирования труда.
Издержки производства. Классификация затрат на производство продукции. Пути снижения затрат. Калькулирование себестоимости некоторых видов услуг. Смета затрат на производство.
Способы обеспечения исполнения предпринимателями своих обязанностей. Виды ответственностей предпринимателей. Авансирование и инвестирование в основной капитал и управление его ликвидностью. Финансы предприятия. Финансовые результаты деятельности предприятия. Механизм формирования, распределения и использования прибыли. Рентабельность. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.
Сущность и значение оценки результативности деятельности предприятия. Основные показатели эффективности функционирования предприятий (экономическая и социальная эффективность). Оценка общего финансово-экономического состояния предприятия по данным баланса: сущность, структура.
Учёт и отчётность предприятий; аналитическая деятельность.
Рентабельность как экономическая категория.
Виды рентабельности и её значение. Анализ рентабельности.
Оценка деловой активности предприятия и факторов на нее влияющих.
Оценка платежеспособности предприятия и факторов на неё влияющих.
Оценка финансовой устойчивости предприятия и факторов на неё влияющих.
Банкротство предприятия: понятие, виды и причины.
Методы диагностики банкротства предприятия.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Темы практических занятий: Правовые и экономические аспекты предпринимательства в РФ

Форма практического задания: реферат, дискуссия по темам реферата

Темы рефератов:

1. Предпринимательская деятельность в современном обществе.
2. Роль предпринимательства в рыночной экономике России.
3. Организационно-правовые формы предпринимательства.
4. Имидж предпринимательских структур. Имидж персонала.
5. Деловые переговоры и деловой этикет.
6. Основные производственные фонды, вовлеченные в предпринимательство предприятия, и оценка эффективности их применения.
7. Фирма (предприятие) как хозяйствующий субъект предпринимательства: функции, их роль, структура, внешняя и внутренняя среда.
8. Конкуренция. Стратегия поведения фирмы в условиях конкуренции. Факторы, определяющие конкурентоспособность.
9. Факторы развития предпринимательского предприятия: экстенсивное и интенсивное.
10. Виды предпринимательства и формы ее организации.
11. Факторы, влияющие на развитие предпринимательства в России.
12. Сущность и виды предпринимательских рынков. Факторы, влияющие на их уровень.
13. Методы оценки предпринимательского риска и меры по их минимизации.
14. Сущность предпринимательской тайны и основные элементы механизма ее защиты.
15. Сущность и формы ответственности предпринимателей.
16. Несостоятельность (банкротство) предприятия. Характеристика процедур банкротства. Меры по предупреждению банкротства.
17. Оценка финансового состояния и финансовой устойчивости предприятия.
18. Анализ состояния и тенденций развития системы предпринимательства в России.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. Открытие и планирование бизнеса

Тема 2.1. Выбор сферы деятельности. Стартапы. Бизнес-планирование.

Перечень изучаемых элементов содержания

Анализ, отбор и реализация предпринимательских идей. Этапы создания собственного дела:

организационная структура, система управления, моделирование и бизнес-планирование фирмы, регистрация предприятия. Изучение процесса создания собственного дела и ликвидации предприятия Участие в соучреждении нового предприятия, покупка, слияние предприятий, выкуп, партнерский долг, наследование, осуществление банкротства.

Основные направления сотрудничества в предпринимательстве. Предпринимательский договор, понятие о сделке. Формы сотрудничества: совместное и смешанное предпринимательство, лизинг, франчайзинг, лицензирование, проектное финансирование и др. Форма сотрудничества в сфере товарообмена: бартер, встречная поставка, коммерческая триангуляция и т.д. Сотрудничество в сфере финансовых и страховых отношений, социальное партнерство. Посредническая предпринимательская деятельность. Слагаемые предпринимательского успеха. Предпринимательская этика и этикет предпринимательских организаций.

Общее понятие о предпринимательском договоре. Классификация договоров. Подготовка предпринимателя к заключению договора. Формулирование предпринимателем условий договора.

Что понимается под предпринимательской тайной. Какие сведения составляют предпринимательскую тайну. Элементы механизма защиты предпринимательской тайны.

Предпринимательские риски и их классификация. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. Особенности управления рисками. Пути снижения предпринимательских рисков.

Тема 2.2. Особенности и государственная поддержка развития малого и среднего предпринимательства

Перечень изучаемых элементов содержания

Критерии отнесения коммерческий организаций к субъектам малого предпринимательства.

Преимущества и недостатки. Доля их в экономике страны и региона. Инфраструктура поддержки и развития малого предпринимательства. Рассмотрение сферы малого предпринимательства.

Налоговая система в России. Основные налоги, действующие в сфере предпринимательской деятельности. Особенности налогообложения малого предпринимательства

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Темы практических занятий: Открытие и планирование бизнеса

Форма практического задания: реферат, дискуссия по темам реферата

Темы рефератов:

1. Создание собственного дела и порядок регистрации юридического лица и индивидуального предпринимателя.
2. Роль индивидуального предпринимателя в рыночной экономике.
3. Оценка эффективности рекламы в предпринимательской деятельности.
4. Малое предпринимательство как источник формирования бюджета.
5. Франчайзинг – как основная форма предпринимательства.
6. Использование предпринимателем производственных ресурсов: основных средств, нематериальных активов, долгосрочных финансовых вложений, запасов денежных средств, уставного капитала, долгосрочных и краткосрочных пассивов, средств фондов накопления, потребление резервного фонда.\ Содержание и виды предпринимательской деятельности. Спрос и предложение.
7. Планирование предпринимательской деятельности на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное: содержание и методы планирования. Взаимосвязь планов.
8. Институциональная политика, формы и виды государственной поддержки предпринимательства в России.
9. Модель создания инфраструктуры поддержки предпринимательства.
10. Средства внутриорганизационных коммуникаций предпринимательских структур.
11. Организационно-управленческие модели структуры предприятия. Оценка предпринимательского управления, механизм управления.
12. Персонал фирмы как субъект предпринимательского процесса. Оценка экономической эффективности ресурсов рабочей силы. Стимулирование труда.
13. Экономическое воздействие государства на предпринимательскую деятельность и политика развития отраслевого бизнеса.

14. Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям, как субъект хозяйственной деятельности

Тема 3.1. Содержание работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям

Перечень изучаемых элементов содержания

Тренды рынка маркетинговых услуг. Маркетинговые услуги как отрасль экономики. Карта российского рынка маркетинговых услуг, ведущие представители. Типы агентств. Структура, функционал отделов. Требования к специалистам, профессиональные стандарты и профессиональные организации. Анализ работы агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности. Юридические аспекты работы маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

Роль рекламного отдела маркетинга. Варианты структуры отдела маркетинга в зависимости от бизнес-задач компании, бренда, отрасли, структуры организации, типа коммуникационных активностей. Взаимодействие со смежными подразделениями. Типичные роли и позиции внутри отдела маркетинга. Типичные бизнес-задачи отдела маркетинга.

Тема 3.2. Управление деятельностью коммуникационного агентства и корпоративного подразделении по коммуникациям: особенность деятельности (проектная деятельность)

Перечень изучаемых элементов содержания

Анализ работы агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги). Выстраивание работы с клиентами, типы клиентов и искусство ведения переговоров. Документирование работы маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

Основные этапы работы на проектах маркетингового агентства и отдела маркетинга, последовательность, особенности на кейсов интегрированных кампаний. Бизнес-планирование агентства. Типы проектов, принципы формирования команды, планирование времени на реализацию (почасовое планирование), составление таймингов. Ценообразование услуг агентства.

Принципы формирования стоимости услуг: формы, существующие на рынке, тренды, особенности. Формулы для расчета стоимости. Пути экономии бюджетов, применение ко-промоушн, вирусного маркетинга, создание собственной системы нью-медиа.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Темы практических занятий: Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям, как субъект хозяйственной деятельности

Форма практического задания: реферат, дискуссия по темам рефератов

Темы рефератов:

1. Анализ работы коммуникационного агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.
2. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности, позиционирование.
3. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта(ов), человеческие ресурсы,
4. совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги).
5. Типы проектов, принципы формирования команды, планирование времени на реализацию (почасовое планирование), составление таймингов.
6. Типы рекламных кампаний и методики оценки эффективности в зависимости от задач. Стандартные инструменты измерения здоровья бренда

7. Проектирование структуры отдела маркетинга в зависимости от задач и структуры бизнеса. Определение ролей сотрудников, иерархия, набор компетенций.
8. Типы рекламных/коммуникационных агентств
9. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентства, форматы клиентского взаимодействия.
10. Оценка эффективности работы коммуникационного агентства (со стороны клиентов, со стороны акционеров).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 4. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта

Тема 4.1. Виды маркетинговой коммуникации и коммуникационных продуктов в деятельности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям

Перечень изучаемых элементов содержания

Виды рекламных сообщений, виды мероприятий и контента связей с общественностью, виды директ-мейлов, виды специальных мероприятий, виды элементов брендинга, виды персональных имиджей личных брендов. Работа с контентом в собственных нью медиа клиентов агентства или компании – семантическое ядро, система жанров нью-медиа, принципы создания контента нью-медиа, дистрибуция контента. Правила «вечнозеленого контента», «переупаковки контента» для создания органического траффика. Принципы создания вирального контента – ньюз-джекинг, инфлюэнсеры и др.

Тема 4.2. Методы повышения эффективности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям

Перечень изучаемых элементов содержания

Современные платформы для коммуникации представителей отрасли – PRESSFEED, PREX, DEADLINEMEDIAи др. Современные сервисы аналитики и исследований, используемые маркетинговыми агентствами и отделами маркетинга – МЕДИАЛОГИЯ, ИНТЕГРУМ, BRANDANALYTICS. Сервисы для улучшения качества контента в интернете – индекс Медиатор, показатель vivability, ERи др. Интерактивная природа современных коммуникаций и использование пользовательского контента. Проблема снижения качества контента – грамотности, достоверности. Этические и юридическое вопросы использования ИИ для создания контента коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям.

Перечень изучаемых элементов содержания

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Темы практических занятий: Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта

Форма практического задания: реферат, дискуссия по темам рефератов

Темы рефератов:

1. Специфика таких видов маркетинговой активности, как брендинг, директ-маркетинг, реклама, связи с общественностью, паблисити, стимулирование сбыта, программа лояльности, личные продажи, специальные события, спонсорство, личный бренд.
2. Феномен тон оф войз в современной коммуникационной практике.
3. Вирусный контент как инструмент коммуникационной кампании
4. Оценка вовлеченности аудитории коммуникационной кампании – например, формула ER и др.
5. Ньюз-джекинг в современной коммуникационной кампании
6. «Вечнозеленый» контент и его жанровые разновидности, виды контента коммуникационных кампаний
7. Интеграция связей с общественностью, рекламы, диджитал-продвижения, прямых продаж в рамках коммуникационной кампании
8. Контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа

9. Способы дистрибьюции контента в рамках комплексной коммуникационной кампании.
10. Новая система жанров нью-медиа, особенности заголовочного комплекса, иллюстративной части, структуры текстов.
11. Визуализация как преимущество контента в рамках современной коммуникационной кампании
12. Привлечение инфлюенсеров и лидеров мнений. Работа с персонификаций коммуникационной кампании.
13. Сторителлинг как новый мета-жанр коммуникационных кампаний.
14. Виды программ и сервисов для повышения эффективности и качества контента.
15. Вопросы внедрения ИИ в процесс работы маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4
Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
РАЗДЕЛ 1. Правовые и экономические аспекты предпринимательства в РФ	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. Открытие и планирование бизнеса	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям, как субъект хозяйственной деятельности	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 4. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Износ и амортизация: понятие, методы начисления амортизации
2. Амортизационная политика предприятия: понятие, факторы
3. Лизинг: понятие, субъекты, виды, разновидности, состав лизинговых платежей
4. Нематериальные активы
5. Организационно правовые формы предприятий согласно Российскому законодательству: учредители, минимальное число участников, минимальный уставной капитал, источники образования имущества, учредительные документы, ответственность по обязательствам, нормативная база.
6. Оценка наличия и движения основных средств
7. Оценка эффективности основных средств
8. Перечислите виды классификационных признаков предприятий, раскройте каждый вид. Виды предприятий
9. Перечислите и раскройте хозяйствующие субъекты рынка
10. Понятие и виды диверсификации производства (деятельности) предприятия
11. Понятие и предпосылки создания предпринимательских объединений
12. Понятия: иностранный инвестор, иностранная инвестиция, прямая иностранная инвестиция, инвестиционный проект, срок окупаемости инвестиционного проекта, приоритетный

инвестиционный проект, реинвестирование, совокупная налоговая нагрузка. Правовое положение, гарантии правового положения, гарантии использования иностранным инвестором различных форм осуществления инвестиций на территории Российской Федерации, ограничение осуществления сделок, совершаются иностранными государствами, международными организациями или находящимися под их контролем организациями. 60 –ФЗ (ред. от 29.04.2008).

13. Производственная мощность предприятия
1. Формы предпринимательских объединений. Многоуровневые структуры: виды, содержание
2. Формы предпринимательских объединений. Стратегические партнерства: виды, содержание
3. Сущность и структура оборотных средств
4. Состав оборотных средств, от чего зависит структура оборотных средств

Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

5. Системная модель фирмы
6. Содержание понятия «фирма (предприятие)» с позиции системного подхода
7. Содержание теории фирм Р. Коуза или «Теория операционных издержек»
8. Сущность и структура основных средств
9. Учёт предпринимательского риска: понятие риска, этапы управление предпринимательским риском.
10. Функции оборотных средств, что определяет структуру оборотных средств
11. Кругооборот оборотных фондов предприятия (отраслевые особенности)
12. Принципы организации оборотных средств, методы определения потребности в оборотных средствах. Элементы прямого счета, определения потребности в оборотных средствах
13. Понятие и показатели финансовой устойчивости предприятия
14. Понятие и показатели платежеспособности
15. Понятие и показатели ликвидности, ликвидность баланса
16. Понятие и показатели доходности акций
17. Банкротство: понятие, виды, причины
18. Показатели оценки банкротства предприятия в соответствии с Российским законодательством

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие малого и среднего предпринимательства, льготы для субъектов малого и среднего предпринимательства согласно.
2. Понятия и виды конкурентной стратегии
3. Понятия и виды целей фирмы
4. Принципы деятельности фирмы (предприятия)
5. Показатели оценки эффективности использования оборотных средств
6. Пути ускорения оборачиваемости оборотных средств
7. Понятие категории «кадры». С юридической и социально-экономической точки зрения
8. Структура персонала предприятия. Содержание системы кадрообеспечения предприятия
9. Элементы кадровой политики
10. Планирование потребности в персонале: цель, этапы.
11. Производительность труда: понятие, показатели оценки.
12. Методы измерения производительности труда. Факторы, влияющие на производительность труда
13. Понятие: оплаты труда, заработной платы, фонда оплаты труда, фонда заработной платы
14. Принципы организации оплаты труда
15. Функции заработной платы. Факторы, влияющие на оплату труда на предприятии
16. Тарифная система оплаты труда: понятие, этапы разработки внутрифирменной тарифной системы оплаты труда
17. Формы тарифной системы оплаты труда.
18. Бестарифная система оплаты труда: понятие, формы.
19. Понятие: затрат, издержек, себестоимости предприятия
20. Основные черты себестоимости как экономической категории. Управление себестоимостью

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг)
2. Раскройте содержание группировки затрат по экономическим элементам
3. Состав затрат включаемых в себестоимость
4. Планирование себестоимости: цель, направление планирования
5. Понятие предельных и удельных затрат
6. Калькулирование себестоимости: понятие, цели, объекты, виды, методы

7. Виды себестоимости в зависимости от группировки по калькуляционным статьям расходов, которые учитывают место возникновения и назначения затрат
8. Методы калькулирования
9. Анализ себестоимости: цель, направление анализа
10. Причины отклонений фактических затрат от нормативных
11. Резервы снижения себестоимости
12. Понятие и виды прибыли
13. Методы планирования прибыли
14. Методы анализа взаимосвязи объёма продаж, себестоимости и прибыли
15. Графический метод анализа взаимосвязи объёма продаж, себестоимости и прибыли: цель, допущения, график точки безубыточности (в краткосрочном периоде)
16. График точки безубыточности в долгосрочном периоде
17. Понятие операционного рычага
18. Методы формирования исходной цены товара
19. Понятие баланса предприятия, состав и структура баланса
20. Понятие и показатели деловой активности предприятия
21. Понятие и показатели рентабельности

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Современные методы решения задач в профессиональной сфере;
2. Особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков;
3. Принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах;
4. Законодательное и саморегулирование деятельности в сфере маркетинга;
5. Организационные формы и структуры маркетинговых агентств;
6. Принципы управления персоналом организации;

Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:

1. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности;
2. Виды деятельностимаркетингового агентства;
3. Виды коммуникационных кампаний;
4. Формирование команды проектов, планирование трудозатрат;
5. Оценка бюджетов и прибыли проектов;
6. Виды переговоров, стратегия «пять шагов, вин-вин и др.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Программное обеспечение исследований аудитории в медиасфере
2. Программное обеспечение исследований контента медиа (Интегрум, Медиалогия и др.)
3. Искусственный интеллект и перспективы его использования для работы агентств и отделов маркетинга.
4. Современные нью-медиа – трансформация профессиональной, жанровой и этико-юридической сторон коммуникации. Правила оформления деятельности.
5. Вопросы сокращения бюджетов на продвижение с использованием различных инструментов в социальных сетях

Перечень тем контрольных работ к Разделу 4

1. Пользовательский контент, как часть контента маркетингового агентства и отдела маркетинга, аудитория как соавтор.
2. Выбор платформы в социальных сетях для работы с профильной аудиторией, виды исследований в социальных сетях.
3. Правила дистрибуции контента в интернете, работа с семантическим ядром, увеличение органического траффика.
4. Приемы вовлечения пользователей в социальных сетях, лид-магниты и т.д.
5. Правила написания текстов, заголовочного комплекса и вёрстки контента в социальных сетях.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Правовые и экономические аспекты предпринимательства в РФ	Контрольная работа	1. Смысл и идеология предпринимательства 2. Предпринимательская среда и ее структура 3. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности 4. Типология и структура предпринимательской деятельности 5. Макро_мнзо- и мирко -среда предприятия 6. Виды организационной интеграции 7. Внешняя и внутренняя среда предприятия: понятие, субъекты. Параметры описания внешней среды 8. Закономерности функционирования фирмы как системы
		Контрольная работа	1. В каких формах прекращается деятельность предприятия? 2. Что является основанием для ликвидации предприятия? 3. Каковы этапы ликвидации предприятия? 4. В какой очередности удовлетворяются требования кредиторов при прекращении деятельности предприятия? 5. Каковы формы реорганизации предприятия? 6. Что понимается под слиянием, присоединением, разделением, выделением и преобразованием предприятия? 7. Каков механизм осуществления банкротства предприятия? 8. Каковы стадии банкротства? 9. В чем суть модели оценки риска банкротства западного экономиста Альтмана?
2	РАЗДЕЛ 2. Открытие и планирование бизнеса	Контрольная работа	1. Бизнес-инкубаторы 2. Венчурные компании 3. Лизинговые предприятия 4. Инновационная деятельность коммерческих предприятий 5. Инновационная деятельность не коммерческих организаций 6. Раскрыть содержание понятий: организация, фирма, предприятие, предприятие
		Контрольная работа	1. Малое предпринимательство: общая характеристика, критерии малого предпринимательства. Роль его в экономике 2. Преимущества и недостатки малого предпринимательства 3. Структура управления капиталом и управление им. Основные фонды, их классификация, показатели использования 4. Оборотные средства и фазы кругооборота. Показатели характеризующие оборачиваемость. 5. Основные рыночные параметры (спрос, предложение, конкурентоспособность) 6. Маркетинговые исследования - основы рыночной стратегии предприятия и поиска ниши 7. Разработка стратегии ценообразования 8. Формирование финансовых результатов 9. Механизм формирования и распределения прибыли. Показатели рентабельности 10. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия

3	РАЗДЕЛ 3. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям, как субъект хозяйственной деятельности	Контрольная работа	1. Понятие маркетингового агентства и его основные функции 2. Функции отдела маркетинга и его отношения с другими подразделениями 3. Структура маркетингового агентства и внутреннее взаимодействие подразделений 4. Основы проектного менеджмента и клиентинга в коммуникационном агентстве 5. Антикризисное управление в коммуникационном агентстве 6. Инновационная и изобретательская деятельность в коммуникационном агентстве 7. Принципы ценообразования на услуги коммуникационного агентства 8. Кадровый менеджмент в коммуникационном агентстве: технологии поиска, селекции и развития сотрудников.
		Контрольная работа	1. Управленческая структура коммуникационного агентства 2. Консалтинг и исследования в деятельности агентства 3. Роль аналитических сервисов в бизнесе современного коммуникационного агентства. 4. Внутренний и внешний подходы к организации сервисов digital-коммуникации, издательских и дизайнерских сервисов в коммуникационном агентстве. 5. Нетворкинг как технология развития бизнеса коммуникационного агентства: основные модели и платформы. 6. Питч как технология и как искусство. Инновационные технологии питчинга. 7. Использование данных исследований для планирования и развития деятельности маркетингового агентства и отдела маркетинга.
4	РАЗДЕЛ 4. Коммуникационное агентство и корпоративное подразделение по коммуникациям – создание и продвижение коммуникационного продукта	Контрольная работа	1. Виды контента в маркетинговых коммуникациях 2. Маркетинговая стратегия в digital среде, преимущества 3. Нью-медиа на собственном домене или на платформе социальных сетей или мессенжеров 4. Виды нью медиа 5. Особенности взаимодействия с аудиторией нью медиа 6. Принципы создания контекстных стратегий 7. Каналы привлечения трафика, органический трафик, рекламный трафик
		Контрольная работа	1. Рекламные интеграции, инфлюенсеры. 2. Системы аналитики, автоматизированные платформы. 3. Дистрибуция контента 4. Контент стратегия, семантическое ядро. 5. Вирусный контент, работа с инфлюенсерами. 6. Интерактивный контент, работа с аудиторией, соавторство. 7. Жанровая система, структура контента, правила написания. 8. Применение ИИ для создания контента маркетиногвого агентства или отдела маркетинга.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-1	1. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия 2. Взаимодействие с журналистским сообществом и роль менеджера по связям со СМИ 3. Взаимоотношения коммуникационного агентства и рекламодателя. 4. Виды и классификации коммуникационных агентств. 5. Виды корпоративных ПР-документов. Требования к корпоративным онлайновым документам 6. Виды ответственности субъектов предпринимательской деятельности 7. Виды рекламного отдела для крупного предприятия. Виды рекламного отдела для сверхкрупного предприятия. Сотрудничество с коммуникационными агентствами. 8. Виды рекламного отдела для мелкого и среднего предприятия. Сотрудничество с коммуникационными агентствами. 9. Договорные отношения предпринимателей с хозяйствующими партнерами. Сущность сделок. Виды договоров, структура и прядок их заключения 10. Долгосрочное абонентское обслуживание (Retainer). 11. Защита предпринимательской тайны. Меры по предотвращению утечки сведений составляющих предпринимательскую тайну 12. Индивидуальные предприниматели, порядок их регистрации и налогообложение, особенность в рамках изучаемой дисциплины 13. Исследовательский сегмент в рекламе и корпоративных СО: качественные и количественные методы сбора и анализа информации. 14. Коммуникационное агентство полного цикла. 15. Конкуренция в предпринимательстве, ее функции. Виды конкурентных структур, способы ведения конкурентной борьбы 16. Корпоративный имидж и имидж бренда 17. Культура российского предпринимательства. Предпринимательская этика 18. Малое предпринимательство: общая характеристика, критерии малого предпринимательства. Роль его в экономике 19. Налоговая система в России. Основные налоги, действующие в сфере предпринимательской деятельности. 20. Налогообложение предпринимательских организаций, специфика коммуникационного агентства 21. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, особенность в рамках изучаемой дисциплины 22. Основные виды корпоративных ПР-программ, ПР-мероприятий и ПР-планов. Виды рекламных мероприятий. 23. Основные и оборотные средства: износ амортизация, оборачиваемость. 24. Основные направления формирования корпоративной культуры 25. Основные рыночные параметры (спрос, предложение, конкурентоспособность) 26. Основы формирования фирменного стиля. 27. Особенности налогообложения малого предпринимательства 28. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в

	некоммерческих организациях и коммерческих организациях. 29. Оценка эффективности ресурсов предприятия: особенности коммуникационных агентств и профильных подразделений организаций 30. Параметры оценки качества коммуникационного агентства. 31. Планы кризисного реагирования в корпоративных ПР 32. Понятие и виды посредников, направления посреднической деятельности, виды посреднических операций 33. Понятие оплата труда и заработная плана. Формы оплаты труда. Оплата труда персонала в коммуникационном агентстве и профильных подразделениях. 34. Понятие предпринимательской тайны. Сведения относящиеся к предпринимательской тайне 35. Правила расчета корпоративного ПР-бюджета. 36. Правила составления PR-brief для агентств и консалтинговых фирм. 37. Предпринимательская среда: сущность, структура. Функции предпринимательства. Внешняя и внутренняя среда предпринимательской деятельности 38. Принципы ценообразования. Принципы ценообразования на услуги коммуникационного агентства 39. Причины возникновения дефицита ресурсов в творческом отделе коммуникационного агентства. Способы решения проблемы дефицита ресурсов в творческом отделе коммуникационного агентства. 40. Профессиограмма специалиста корпоративных СО. Профессиограмма специалиста по рекламе 41. Профессиональные требования к корпоративным ПР-специалистам. 42. Профессиональные требования к менеджерам по рекламе 43. Рекламный отдел предприятия. Функции рекламного отдела. Основные специализации сотрудников рекламного отдела. Рекламный отдел предприятия как клиент коммуникационного агентства. 44. Рынок коммуникационных агентств России (рассмотреть на конкретном регионе). 45. Система подбора и найма рекламных, ПР-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии 46. Системы обратной связи с персоналом. Системы обратной связи с потребителем. 47. Специализация корпоративного спонсорства. 48. Специфика реализации рекрутинговых кампаний с помощью СМИ. 49. Способы оценки эффективной работы корпоративной службы связей с общественностью. 50. Сравнительная характеристика специфики ПР-отделов в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях 51. Статус корпоративных СО в системе менеджмента компании. 52. Структура управления капиталом и управление им. Основные фонды, их классификация, показатели использования 53. Сущность предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности, и их права и обязанности 54. Сущность себестоимости и ее значение. Классификация затрат. 55. Тактика взаимодействия ПР-департамента с ключевыми корпоративными структурами. Взаимодействие отдела рекламы с другими подразделениями 56. Тендерные конкурсы. Проведение и организация тендера на выбор коммуникационного агентства. Принципы по проведению тендера на выбор коммуникационного агентства. 57. Типовые структуры рекламных отделов. Развитие структур рекламных

	отделов. 58. Типы и виды предпринимательских рисков. Управление предпринимательскими рисками, механизм нейтрализации 59. Трафик-менеджер. Специфика его работы в творческом отделе коммуникационного агентства. Управление временем в проектах творческого отдела коммуникационного агентства. 60. Управление корпоративным имиджем и репутацией 61. Управление корпоративным имиджем: отношения с инвесторами, отношения с акционерами, отношения с правительственными структурами 62. Участники рекламного процесса. Задачи и функции коммуникационного агентства. 63. Формирование финансовых результатов. Механизм формирования и распределения прибыли. Показатели рентабельности 64. Формы оплаты услуг коммуникационного агентства. 65. Функциональные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью. Виды отделов. 66. Функциональный принцип построения отделов. Задачи ПР-отделов и отделов по рекламе 67. Характеристика специфики отделов рекламы в коммерческих структурах
ПК-5	1. Внутренний и внешний подходы к организации сервисов digital-коммуникации, издательских и дизайнерских сервисов в коммуникационном агентстве. 2. Инновационная и изобретательская деятельность в коммуникационном агентстве 3. Использование данных исследований для планирования и развития деятельности маркетингового агентства и отдела маркетинга. 4. Кадровые ресурсы организации, специфика коммуникационного агентства и профильных подразделений 5. Кадровый менеджмент в коммуникационном агентстве: технологии поиска, селекции и развития сотрудников. 6. Консалтинг и исследования в деятельности агентства 7. Маркетинговые исследования - основы рыночной стратегии предприятия и поиска ниши 8. Нетворкинг как технология развития бизнеса коммуникационного агентства: основные модели и платформы. 9. Основы проектного менеджмента и клиентинга в коммуникационном агентстве 10. Питч как технология и как искусство. Инновационные технологии питчинга. 11. Понятие маркетингового агентства и его основные функции 12. Ресурсы предпринимательской деятельности, специфика ресурсов коммуникационного агентства и профильных подразделений 13. Роль аналитических сервисов в бизнесе современного коммуникационного агентства. 14. Структура маркетингового агентства и внутреннее взаимодействие подразделений 15. Управленческая структура коммуникационного агентства 16. Функции отдела маркетинга и его отношения с другими подразделениями 17. Антикризисное управление в коммуникационном агентстве 18. Особенности продажи услуг и продуктов коммуникационного агентства. Стадии процесса продаж услуг и продуктов коммуникационного агентства. 19. Определение приоритетных категорий клиентов коммуникационного

	агентства. Сбор и изучение информации о потенциальном клиенте коммуникационного агентства. 20. Инициирование контактов клиента коммуникационного агентства. Взаимодействие с клиентом коммуникационного агентства. «Завоевание» клиента коммуникационного агентства. База данных о клиентах коммуникационного агентства. 21. Презентация коммуникационного агентства. Получение первого задания коммуникационного агентства. 22. Разработка торгового предложения коммуникационного агентства. Разработка наименования коммуникационного агентства. Разработка идентификационного комплекса коммуникационного агентства. Специфика разработки образа бренда коммуникационного агентства. 23. Разработка позиционирования коммуникационного агентства. Возможности и виды позиционирования коммуникационного агентства. 24. Специфика разработки позиционирования коммуникационного агентства. Информирующие и убеждающие доказательства позиционирования (на конкретном примере). 25. Специфика рекламы в сегменте B2B. Специфика продаж в сегменте B2B. Творческий отдел коммуникационного агентства. Управление проектами. Порядок получения заданий.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531939

Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/539882

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/542662

Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/542326

5.1.2. Дополнительная литература

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/511937

Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/513640

Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536212

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 18.02.2024). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 9
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 11
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 12
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 14
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 16
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 17
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 17
5.1.1. Основная литература 17
5.1.2. Дополнительная литература 17
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 18
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 18
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 19
5.4.1. Средства информационных технологий 19
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 19
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 19
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 20
5.6. Образовательные технологии 20

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере управления репутацией бренда компании в социальных сетях и медиапространстве, а так же навыков в продвижении бренда.

Задачи дисциплины:

1. Обеспечить изучение понятия цифровая репутация бренда.
2. Обеспечить изучение ключевых инструментов управления репутации.
3. Обеспечить изучение технологии управления репутации.
4. Формировать представление о тенденциях продвижения в социальных сетях.
5. Формировать навыки управления цифровой репутации;

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/ групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/ групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1 Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2 Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: Основы технологий видеопроизводства в маркетинговых коммуникациях разных типов. Уметь: управлять процессом видеопроизводства в рамках корпоративного стиля для визуальных коммуникаций с потребителем.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*12*	*12*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	36	36			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	14	14			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	87	87			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 5)											
Раздел 1. Цифровая репутация бренда	**28**	**12**	**16**	**4**		**8**				**4**	
Тема 1.1. Цифровая репутация бренда	14	6	8	2		4				2	
Тема 1.2. Целевая аудитория в сети	14	6	8	2		4				2	
Раздел 2. Стратегический подход к управлению цифровой репутацией	**32**	**12**	**20**	**6**		**10**				**4**	
Тема 2.1. Стратегия управления репутации в сети	16	6	10	2		6				2	
Тема 2.2. Стратегия управления профессиональной репутацией	16	6	10	4		4				2	
Раздел 3. Управление конфликтами в сети	**30**	**12**	**18**	**4**		**10**				**4**	
Тема 3.1 Работа с негативными отзывами в социальных сетях	16	6	10	2		6				2	
Тема 3.2 Кибербуллинг бренда	14	6	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18										
Общий объем, часов	**108**	**36**	**54**	**14**		**28**				**12**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3 Сессия 3-4)											
Раздел 1. Цифровая репутация бренда	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Цифровая репутация бренда	17	15	2			2					
Тема 1.2. Целевая аудитория в сети	17	15	2	2							
Раздел 2. Стратегический подход к управлению цифровой репутацией	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Стратегия управления репутации в сети	17	15	2			2					
Тема 2.2. Стратегия управления профессиональной репутацией	17	15	2	2							
Раздел 3. Управление конфликтами в сети	**31**	**27**	**4**			**4**					
Тема 3.1 Работа с негативными отзывами в социальных сетях	12	10	2			2					
Тема 3.2 Кибербуллинг бренда	19	17	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Общий объем, часов	**108**	**87**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ЦИФРОВАЯ РЕПУТАЦИЯ БРЕНДА

Тема 1.1. Цифровая репутация бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные понятия. Ресурсы необходимые для размещения бренда в сети. Виды репутации. Основа управления репутации бренда. Сложности в управлении репутации бренда. Особенности работы в управлении репутацией на различных площадках (различных социальных сетях и веб пространстве). Требования в работе управления репутацией. Работа над имиджем бренда. ORM. Формирование репутации с нуля, правила и требования. Возможности «выхода из сети». Удаление компрометирующей информации в сети. Сталкеринг. Цифровой этикет и этика.

Тема 1.2. Целевая аудитория в сети

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятия сетевой целевой аудитории. Определение. Методики сегментации целевой аудитории в сети. Поиск и анализ текущей аудитории в сети, точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению цифровой репутацией. Карты цифровой репутации. Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. Корреляция с тональностью репутации. Организация акций, мероприятий и «флеш-мобов» для улучшения репутации в сети. Управление целевой аудиторией. Управление «чужой» сетевой репутацией. Рекомендации по улучшению сетевой репутацией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 1:

Тема практических занятий: ОЦЕНКА УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ РЕПУТАЦИИ БРЕНДА.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты проводят анализ выбранной организации, оценивают уровень репутации бренда организации. Результаты оформляются в презентации и защищаются студентами.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Эссе, Аналитическое задание.

РАЗДЕЛ 2. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЦИФРОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

Тема 2.1. Стратегия управления репутации в сети

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели, задачи и миссия стратегии управления цифровой репутацией. Формирование стратегии цифровой репутации. Репутационный капитал организации. Шеринг-экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе. Создание цифрового портрета бренда. Алгоритм управления цифровой репутацией. Этапы управления цифровой репутацией. Мониторинг, работа с негативными отзывами, работа с позитивными отзывами, SERM. Тактики работы с негативными отзывами. Тактика работы с позитивными отзывами. Тактика работы с нейтральными отзывами. Использование ботов и ИИ. Работа с контентом. Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутации. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга. Критерии оценки эффективности. Оценка эффективности стратегии.

Тема 2.2. Стратегия управления профессиональной репутацией

Перечень изучаемых элементов содержания

Нормативное регулирование деятельности сотрудников компании. Обзор законодательства. Ответственность за утаивания активности в сети. Недостойное поведение сотрудников компании и последствия такого поведения для цифровой репутации бренда. Правила поведения сотрудников в сети интернет на различных площадках. Допустимость личной активности сотрудников в запрещенных социальных сетях. Корпоративный этикет поведения сотрудников в сети. Риск не соблюдения корпоративного этикета для цифровой репутации бренда.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 2:

Тема практических занятий: РАЗРАБОТКА СЦЕНАРИЯ ВИДЕОРОЛИКА.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты разрабатывают предложения по улучшению репутацией бренда, оценивают риски и последствия разработанных предложений. Результаты оформляются в презентации и защищаются студентами.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: Форма рубежного контроля – Эссе, Аналитическое задание.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В СЕТИ

Тема 3.1 Работа с негативными отзывами в социальных сетях

Перечень изучаемых элементов содержания

Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия бренда. Правила работы с конфликтами. Что можно делать для решения конфликтных ситуаций? Что нельзя делать в

конфликтных ситуациях? Что желательно делать для решения конфликтных ситуаций? Работа с негативным поведением недовольных бывших сотрудников. Тактики реагирования на негативные отзывы. Пирамида деловой репутации. Оценка ущерба деловой репутации.

Тема 3.2 Кибербуллинг бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Кибербуллинг как новое явление интернет-пространства. Понятия и виды кибербуллинга бренда в цифровом пространстве. Хейеры: понимание аудитории, особенности, способы манипулирования, манипуляция, работа с хейтерами. Ущерб репутации как следствия кибербуллинга. Темпы и алгоритмы распространения «травли» в сети интернет. Методы предупреждение и борьбы с кибербуллингом. Участие в собственных сотрудников в «травле» бренда-конкурента. Причины участия в «травле». Причины запрета на участие в «травле». Отражение кибербуллига на цифровой репутации бренда. Жертвы и последствия кибербуллинга.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 3:

Тема практических занятий: БОРЬБА С КИБЕРБУЛЛИНГОМ И НЕГАТИВНЫМИ ОТЗЫВАМИ О БРЕНДЕ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты рассматривают примеры кибербууллинга бренда в цифровой среде, изучают последствия «травли», разрабатывают кейсы и программы по борьбе с кибербуллингом.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: Форма рубежного контроля – Эссе, Аналитическое задание.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Цифровая репутация бренда	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Стратегический подход к управлению цифровой репутацией	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Управление конфликтами в сети	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Отличием ORM от SERM
2. Отличие цифровой репутации бизнеса и персоны
3. Влияние цифровой репутации на прибыль компании
4. Влияние цифровой репутации руководителя на цифровую репутацию бренда
5. Возможности подчистить очистки цифровой репутации в сети
6. Эффект Стрейзанд
7. Неконтролируемые проблемы с цифровой репутацией бренда
8. Рекомендуемые площадки для работы с имиджем организации
9. Работа в запрещенных социальных сетях и последствия
10. Оценка репутации в сети интернет.

Перечень тем эссе к Разделу 1

1. Типичные признаки падения уровня репутации в сети
2. Работа с сегментами пользователей сети интернет
3. Сталкеринг

4. Разбор карт репутации
5. Классические приемы улучшения уровня репутации в цифровой среде.
6. Создание имиджа бренда.
7. Влияние на чужую репутацию
8. Определение целевой аудиторией
9. Проведение офлайн мероприятий по улучшению репутации бренда в цифровой среде.
10. Проведение онлайн мероприятий по улучшению репутации бренда в цифровой среде.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Разница между понятием репутация и цифровая репутация
2. Определение плохой и хорошей репутации
3. Сферы деятельности, в которых минимизированы репутационные потери
4. Сферы деятельности, в которых максимизированы репутационные потери
5. Влияние и управление мнением окружающих
6. Факторы влияющие на улучшение репутации бренды
7. Факторы влияющие на ухудшение репутации бренда
8. Влияние мнения пользователей на имидж бренда
9. Ошибки построения стратегии
10. Участие бренда в благотворительности

Перечень тем эссе к Разделу 2

1. Негативные отзывы бывших сотрудников и борьба с ними
2. Негативные отзывы партнеров и последствия таких отзывов
3. Мониторинг комментариев в сети
4. Работа над имиджем в ВК и одноклассниках
5. Работа над имиджем в поисковых системах
6. Интервью как способ влияния на репутацию
7. Влияние неудачного интервью на репутацию, оценка последствий
8. Влияние репутационных потерь на руководящий состав
9. Влияние репутационных потерь на рядовых сотрудников
10. Допустимость откровенных фотографий сотрудников в социальных сетях

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Типичные ошибки поведения представителей бренда повлекшие сетевой скандал
2. Запрет и разрешение на публикацию личной информации в социальных сетях
3. Взлом аккаунта бренда, последствия
4. Выставление интимных фотографий руководства в публичном доступе
5. Типичное проявление кибербуллинга.
6. 36 правил Эрика Куалмана.
7. Прямой и косвенный путь воздействия на аудиторию
8. Влияние личной травли сотрудника на репутацию бренда
9. Внутренний буллинг внутри компании и влияние на репутацию бренда
10. Важность работы с положительными отзывами

Перечень тем эссе к Разделу 3

1. Троллинг и работа с ним
2. Размещение на аккаунтах социальных сетей компании запрещенных материалов
3. Технология работы с кибербуллингом
4. Направленное преследования в сети интернет
5. Падение морали сотрудников в случае негативных органов
6. Сможет ли уход из сети решить вопрос травли в сети
7. Технологии борьбы с буллингом на различных сетевых площадках
8. Использование ботов в создании имиджа
9. Работа с негативными отзывами бывших сотрудников

10. Необходимость улучшения нейтральных отзывов.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения, по сути, поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Цифровая репутация бренда	Эссе	1. Типичные признаки падения уровня репутации в сети 2. Работа с сегментами пользователей сети интернет 3. Сталкеринг 4. Разбор карт репутации 5. Классические приемы улучшения уровня репутации в цифровой среде. 6. Создание имиджа бренда. 7. Влияние на чужую репутацию 8. Определение целевой аудиторией 9. Проведение офлайн мероприятий по улучшению репутации бренда в цифровой среде. 10. Проведение онлайн мероприятий по улучшению репутации бренда в цифровой среде.
		Аналитическое задание	Провести анализ работ современных режиссеров.
2.	Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	Эссе	1. Негативные отзывы бывших сотрудников и борьба с ними 2. Негативные отзывы партнеров и последствия таких отзывов 3. Мониторинг комментариев в сети 4. Работа над имиджем в ВК и одноклассниках 5. Работа над имиджем в поисковых системах 6. Интервью как способ влияния на репутацию 7. Влияние неудачного интервью на репутацию, оценка последствий 8. Влияние репутационных потерь на руководящий состав 9. Влияние репутационных потерь на рядовых сотрудников 10. Допустимость откровенных фотографий сотрудников в социальных сетях
		Аналитическое задание	Изучить влияние особенностей оборудования для съемки видеоконтента.

3	Раздел 2. Стратегический подход к управлению цифровой репутацией	Эссе	1. Троллинг и работа с ним 2. Размещение на аккаунтах социальных сетей компании запрещенных материалов 3. Технология работы с кибербуллингом 4. Направленное преследования в сети интернет 5. Падение морали сотрудников в случае негативных органов 6. Сможет ли уход из сети решить вопрос травли в сети 7. Технологии борьбы с буллингом на различных сетевых площадках 8. Использование ботов в создании имиджа 9. Работа с негативными отзывами бывших сотрудников Необходимость улучшения нейтральных отзывов.
		Аналитическое задание	Рассмотреть наиболее популярные решения в постобработки.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК -4	1. Отличием ORM от SERM 2. Отличие цифровой репутации бизнеса и персоны 3. Влияние цифровой репутации на прибыль компании 4. Влияние цифровой репутации руководителя на цифровую репутацию бренда 5. Возможности подчистить очистки цифровой репутации в сети 6. Эффект Стрейзанд 7. Неконтролируемые проблемы с цифровой репутацией бренда 8. Рекомендуемые площадки для работы с имиджем организации 9. Работа в запрещенных социальных сетях и последствия 10. Оценка репутации в сети интернет 11. Разница между понятием репутация и цифровая репутация 12. Определение плохой и хорошей репутации 13. Сферы деятельности, в которых минимизированы репутационные потери 14. Сферы деятельности, в которых максимизированы репутационные потери 15. Влияние и управление мнением окружающих 16. Факторы влияющие на улучшение репутации бренды 17. Факторы влияющие на ухудшение репутации бренда 18. Влияние мнения пользователей на имидж бренда 19. Ошибки построения стратегии 20. Участие бренда в благотворительности
ПК - 3	1. Типичные ошибки поведения представителей бренда повлекшие сетевой скандал 2. Запрет и разрешение на публикацию личной информации в социальных сетях 3. Взлом аккаунта бренда, последствия 4. Выставление интимных фотографий руководства в публичном доступе 5. Типичное проявление кибербуллинга. 6. 36 правил Эрика Куалмана. 7. Прямой и косвенный путь воздействия на аудиторию 8. Влияние личной травли сотрудника на репутацию бренда 9. Внутренний буллинг внутри компании и влияние на репутацию бренда 10. Важность работы с положительными отзывами 11. Создание целевой аудитории бренда 12. Цифровое окружение бренда 13. Создание народного бренда 14. Негативный имидж бренда 15. Позитивный имидж бренда 16. Построение имиджа с нуля в сети интернет 17. Причины ухудшения имиджа бренда 18. Организация мониторинга отзывов 19. Удаление и выдавливание негативных отзывов

	20. Боты в создании имиджа 21. Работы на «чужих» сетевых площадках 22. Работа на собственных сетевых площадках 23. Работа SERM специалистов 24. Брендинг в управлении репутацией 25. Оценка эффективности стратегии по управлению репутацией 26. Ответственность за утаивание информацией 27. Правила проведения в сети, личные страницы 28. Виды сетевых конфликтов 29. Рекомендации по решению конфликтов в сети 30. Пирамида деловой репутации 31. KPI эффективности работы с деловой репутацией 32. Работа с конфликтами вне цифрового пространства 33. Хейеры: понимание аудитории, особенности 34. Хейеры: манипуляция и манипулирование 35. Хейеры: работа по управлению поведением с хейтеров

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 . – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.

Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535831

Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535859

5.1.2. Дополнительная литература

Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/538743

Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535931 .

Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/541877

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478). – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/

2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6

2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 12

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 12

3.2. Задания для самостоятельной работы 12

3.3. Темы курсовых работ 14

3.4. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 15

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 19

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 19

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 19

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 20

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 21

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 22

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 26

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 28

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 28

5.1.1. Основная литература 28

5.1.2. Дополнительная литература 28

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 28

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 29

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 30

5.4.1. Средства информационных технологий 30

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 30

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 30

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 30

5.6. Образовательные технологии 31

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 32

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере коммуникационного процесса, понятии коммуникации, управление интегрированными коммуникациями с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

- формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах коммуникационного процесса;
- формирование системного понимания принципов построения процесса управления интегрированными коммуникациями в организациях различного типа;
- формирование целостного представления о закономерностях, принципах создания, преобразования, накопления, передачи и использования в различных областях человеческой деятельности информации как основы коммуникационного процесса;
- формирование понимания места и роли связей с общественностью в системе интегрированного коммуникационного менеджмента;
- обеспечение изучения базовых теоретических и практических знаний, необходимых для анализа и совершенствования коммуникационной политики организации с учетом специфики реализации ее бизнес-задач в России и мире;
- обеспечение изучение базовых теоретических и практических знаний, необходимых для анализа и совершенствования коммуникационной политики организации с учетом специфики реализации ее бизнес-задач в России и мире;
- обеспечение изучения комплексного подхода к выстраиванию коммуникаций организации с внешними и внутренними стейкхолдерами, способствующих реализации ее бизнес-стратегии;
- обеспечения изучения комплексного подхода к выстраиванию коммуникаций организации с внешними и внутренними стейкхолдерами, способствующих реализации ее бизнес-стратегии;
- формирование навыков, необходимых для разработки и реализации коммуникационных кампаний в интересах организаций различных типов;
- овладение навыками формирования интегрированных коммуникаций, планирования и управления интегрированными коммуникационных кампаниями;
- формирование навыков оценки эффективности интегрированных коммуникационных (маркетинговых) коммуникаций.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата,* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного	*Знать:* *технологии коммуникационного процесса любого уровня сложности* *Уметь:* *осуществлять реализацию*

коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	*коммуникационного процесса, исходя из условий бизнес-среды*

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	90	90			
Лекционные занятия	22	22			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	48	48			
из них: в форме практической подготовки	*48*	*48*			
Консультации	*20*	*20*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	72	72			
Из них: Курсовая работа	*18*	*18*			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**180**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	20	20			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	12	12			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	151	151			
Из них: Курсовая работа	*18*	*18*			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**180**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 5)											
Раздел 1. Интегрированные коммуникации: содержание, методология, эффекты	34	14	20	6		10				4	
Тема 1.1. Содержание и структура коммуникации	19	7	12	4		6				2	
Тема 1.2 Определение понятия ИК, предметная область ИК	15	7	8	2		4				2	
Раздел 2. Основные подходы к интеграции коммуникаций	32	14	18	4		10				4	
Тема 2.1. Интеграция на основе жизненного цикла товара и жизненного цикла развития организации	17	7	10	2		6				2	
Тема 2.2. Интеграция на основе типа рынка и доступности каналов продвижения	15	7	8	2		4				2	
Раздел 3. Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых медиа	32	14	18	4		10				4	
Тема 3.1 Интеграция ATL- и BTL-коммуникаций	17	7	10	2		6				2	
Тема 3.2 Модель системы интегрированных коммуникаций профессора Д. Шевченко	15	7	8	2		4				2	
Раздел 4. Исследования коммуникации сферы связей с общественностью	32	14	18	4		10				4	
Тема 4.1 Интеграция коммуникаций и сферы связей с общественностью	17	7	10	2		6				2	
Тема 4.2 Интегративная характеристика PR-коммуникаций	15	7	8	2		4				2	
Раздел 5. Особенности управления интегрированными коммуникациями	32	16	16	4		8				4	
Тема 5.1 Интеграция коммуникаций как специфическая	16	8	8	2		4				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
задача коммуникационного менеджмента											
Тема 5.2 Оценка эффективности ИК: методика Д. Шевченко	16	8	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**										
Общий объем, часов	**180**	**72**	**90**	**22**		**48**				20	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3 Сессия 3-4)											
Раздел 1. Интегрированные коммуникации: содержание, методология, эффекты	**33**	**29**	**4**	**2**							
Тема 1.1. Содержание и структура коммуникации	16	14	2	2							
Тема 1.2 Определение понятия ИК, предметная область ИК	17	15	2								
Раздел 2. Основные подходы к интеграции коммуникаций	**33**	**29**	**4**	**2**							
Тема 2.1. Интеграция на основе жизненного цикла товара и жизненного цикла развития организации	16	14	2	2							
Тема 2.2. Интеграция на основе	17	15	2								

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
типа рынка и доступности каналов продвижения											
Раздел 3. Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых медиа	**33**	**29**	**4**	**2**							
Тема 3.1 Интеграция ATL- и BTL-коммуникаций	16	14	2	2							
Тема 3.2 Модель системы интегрированных коммуникаций профессора Д. Шевченко	17	15	2								
Раздел 4. Интеграция коммуникаций и сферы связей с общественностью	**34**	**30**	**4**	**2**							
Тема 4.1 Интегративная характеристика рекламных коммуникации	17	15	2	2							
Тема 4.2 Интегративная характеристика PR-коммуникаций	17	15	2								
Раздел 5. Особенности управления интегрированными коммуникациями	**38**	**34**	**4**								
Тема 5.1 Интеграция коммуникаций как специфическая задача коммуникационного менеджмента	19	17	2								
Тема 5.2 Оценка эффективности ИК: методика Д. Шевченко	19	17	2								
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**180**	**151**	**20**	**8**		**12**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Интегрированные коммуникации: содержание, методология, эффекты
Тема 1.1. Содержание и структура коммуникации
Перечень изучаемых элементов содержания
Коммуникация: понимание и разновидности. Структура коммуникационного процесса. Участники коммуникационного процесса.
Тема 1.2 Определение понятия ИК, предметная область ИК
Перечень изучаемых элементов содержания

Факторы развития ИМК: усложнение и рост многообразия взаимодействий современных компаний с потребителями, клиентами, партнерами и конкурентами, при сокращении жизненных циклов товаров; высокая динамика изменения запросов и вкусов потребителей; снижение эффективности массовой рекламы; смещении акцентов в деятельности рыночных субъектов на повышение ценности товаров и услуг.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: Интегрированные коммуникации: содержание, методология, эффекты

Форма практического задания: контрольная работа, групповая дискуссия по теме контрольной работы

Темы дискуссий

1. Что собой представляют коммуникации?
2. Каковы основные разновидности коммуникации?
3. Как соотносятся между собой термины «коммуникация» и «информация»?
4. В чем различие внутренней и внешней информации?
5. Что понимается под термином «медиа»?
6. Что собой представляет медиапространство?
7. Что включает в себя контент?
8. Почему сообщение называют сердцем коммуникации?
9. Что собой представляет структура коммуникационного процесса?
10. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)?
11. Почему исследования коммуникации являются частью общей маркетинговой стратегии организации?
12. Как связаны между собой исследования и конкуренция на рынке продуктов и услуг?
13. Каковы шесть принципов (шагов) исследовательских подходов к коммуникациям?
14. Что включает в себя Шаг 1. Анализ ситуации?
15. Что включает в себя Шаг 2. Постановка задач?
16. Что включает в себя Шаг 3. Построение стратегии?
17. Что включает в себя Шаг 4. Планирование тактики?
18. Что включает в себя Шаг 5. Управление действиями?
19. Что включает в себя Шаг 6. Контроль?
20. Каковы три критически важные области, в которых исследовательские действия и результаты имеют решающее значение?

Темы контрольных работ

1. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: декодирования (расшифровка), получатель?
2. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: помехи, обратная связь с рекламодателем и ответная реакция получателя?
3. Какие факторы относятся к препятствиям эффективного общения?
4. Какие методы манипуляции используются в процессе кодирования?
5. Чем отличаются с точки зрения коммуникации потребители нового поколения, в отличие от прошлого?
6. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями?
7. Почему коммуникации называют интегрированными коммуникациями?
8. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК в интернете?
9. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы?
10. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. Основные подходы к интеграции коммуникаций

Тема 2.1. Интеграция на основе жизненного цикла товара и жизненного цикла развития организации

Перечень изучаемых элементов содержания

Концепция жизненного цикла товара и дифференциация каналов продвижения. Коммуникативный профиль этапа выводы товара на рынок, становления, зрелости и спада. Интегративные эффекты и типичные ошибки в управлении коммуникациями.

Жизненный цикл организации и организационная социализация. Изменение коммуникационного фокуса в зависимости от этапа развития организации: от рекламы до социального маркетинга.

Тема 2.2. Интеграция на основе типа рынка и доступности каналов продвижения

Перечень изучаемых элементов содержания

Типы рынков. Стратегии интеграции по типам рынка. Каналы продвижения, интеграция по типам каналов продвижения. Интегрированный подход к управлению маркетинговыми коммуникациям, эффекты: повышение эффективности применения различных средств маркетинговых коммуникаций; укрепление приверженности клиентов торговой марке фирмы; усиление влияния на маркетинговую коммуникационную программу; обеспечение совместимости с глобальными маркетинговыми программами.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практических занятий: Основные подходы к интеграции коммуникаций

Форма практического задания: практическое задание, групповая дискуссия по практическому заданию.

Найдите три примера продвижения брендов, основанного на различных принципах интеграции маркетинговых коммуникаций: 1. на основе жизненного цикла товара, 2. цикла развития организации и 3. типа рынка. Раскройте отличия подходов и ограничения каждого. Оформите результаты изысканий в виде мультимедийной презентации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых медиа

Тема 3.1 Интеграция ATL- и BTL- коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристика коммуникации: ATL. Достоинства и недостатки медийных средств. Интегративный потенциал ATL. Характеристика коммуникации: BTL. Достоинства и недостатки медийных средств. Интегративный потенциал BTL.

Тема 3.2 Модель системы интегрированных коммуникаций профессора Д. Шевченко

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристика ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации Д. Шевченко. Исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко. Оценка качества коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко: методология исследования; методика исследований коммуникации бренда в социальных сетях.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практических занятий: Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых медиа

Форма практического задания: контрольная работа, групповая дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных работ:

1. Почему для исследователя наиболее актуальным и достаточным является характеристика трех типов ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации?
2. Какие направления включают в себя коммуникации ATL (above-the-line)?
3. Какие направления включают в себя коммуникации к BTL-коммуникации?
4. В чем вы видите единство и разницу коммуникации ATL и BTL?
5. Какие направления входят в коммуникационные программы компании?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 4. Интеграция коммуникаций и сферы связей с общественностью
Тема 4.1 Интегративная характеристика рекламных коммуникации
Перечень изучаемых элементов содержания
Интеграция рекламных коммуникаций по целям, целевым аудиториям, эффектам. Напоминающая реклама в интеграции с PR-акциями.
Тема 4.2 Интегративная характеристика PR-коммуникаций
Перечень изучаемых элементов содержания
Интеграция PR-коммуникаций по целям, целевым аудиториям, эффектам. Рекламная поддержка PR-мероприятий (пресс-конференции, специальные мероприятия).
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4
Тема практических занятий: Написание концепции интегрированной кампании (реклама + PR) РГСУ.
Форма практического задания: письменная работа (концепция), групповая дискуссия по письменной работе.
План концепции
1. Цели рекламы и PR
2. Доминирующая и фоновая коммуникации
3. Распределение бюджета
4. За счет сего будет обеспечен интегративный эффект?
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 5. Особенности управления интегрированными коммуникациями
Тема 5.1 Интеграция коммуникаций как специфическая задача коммуникационного менеджмента
Перечень изучаемых элементов содержания
Аналитический и креативный этап в разработке ИК. Преломление коммуникационной платформы бренда через призму конкретных задач рекламного сообщения, понятие «идеи» в креативном процессе. Конкурентные преимущества коммуникационных программ.
Тема 5.2 Оценка эффективности ИК: методика Д. Шевченко
Перечень изучаемых элементов содержания
От традиции однонаправленного воздействия к синергетическому эффекту и интегрированности. Методы оценки эффективности ИК. Методика оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко. Коммуникационные и экономические эффекты, ключевые показатели. Понятие качества ИК. Качество ИК и эффективность. Определение эффективности коммуникационных программ. Влияние ИК на результативность деятельности компании.
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5
Тема практических занятий: Программа ИМК
Форма практического задания: письменная практическая работа, групповая дискуссия по письменной работе
Содержание письменной работы.
Разработайте программу ИМК для любого бренда на выбор по следующим позициям:
1. Определение целевой аудитории, на которую направлены коммуникации.
2. Выявление возможностей и ограничений реализации коммуникативной стратеги.
3. Разработка "сигнала" в рамках системы ИМК и доведение его до потребителей.
4. Выбор каналов коммуникации.
5. Составление комплекса ИМК.
6. Оценка сформированной системы ИМК
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5
Форма рубежного контроля: Кейс-задание, Тестирование

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Интегрированные коммуникации: содержание, методология, эффекты	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Основные подходы к интеграции коммуникаций	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых медиа	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Интеграция коммуникаций и сферы связей с общественностью	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 5. Особенности управления интегрированными коммуникациями	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. История появления концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. Современные представления о интеграции
3. Маркетинговая стратегия как основа интеграции коммуникаций
4. Сущность стратегии интеграции.
5. Пять стратегий Минцберга.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

1. Разработка стратегий на трех уровнях: корпоративном, функциональном и инструментальном.
2. Сущность и роль корпоративных стратегий.
3. Виды корпоративных стратегий: портфельные, стратегии роста, конкурентные.
4. Понятие и виды функциональных стратегий: сегментации, позиционирования, комплекса маркетинга.
5. Сущность и виды инструментальных стратегий: товарные, ценовые, реализации, продвижения.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Предметная область ИК.
2. Матрица микс маркетинга (4Р)
3. Междисциплинарные элементы ИК
4. Принципы функционирования ИК как профессиональной практики
5. Выбор стратегий с помощью моделей и матриц стратегического анализа.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Классификация маркетинговых стратегий по уровню управления (приведите на каждый вид пример, дайте его характеристику)
2. Маркетинговые стратегии на различных этапах существования рынка (раскройте приведите примеры)
3. Перечислите методы исследования коммуникаций (приведите примеры)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Структура практик в области коммуникаций
2. Характеристика медийного и немедийного сегментов ИК: основные и дополнительные признаки.

3. Связи с общественностью как социальная технология и как компонент интегрированных коммуникаций.
4. Принципы интеграции коммуникации в кампаниях

Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:

1. Корпоративная коммуникация и её роль в формировании репутации компании.
2. Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений.
3. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации.
4. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления.
5. Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Почему исследования являются неотъемлемой частью управления связями с общественностью?
2. Почему исследования делают коммуникацию двусторонней за счет сбора информации от общественности, а не односторонней?
3. В каких случаях двустороннее общение, как правило, более эффективно, чем одностороннее?
4. Правда ли, что без проведения исследований связи с общественностью основываются на опыте или инстинктах?
5. Какие простейшие формы являются неформальными методами исследования?
6. Что означает формальное исследование PR?
7. Что означает неформальное исследование PR?
8. Правда ли, что результаты исследования коммуникации PR зависят от деятельности практикующего специалиста?
9. Объясните тот факт, что PR исследователя перешла от наблюдения за большими группами людей, публикой, к более целевым группам?
10. Почему без исследования профессионал не может оценить, с чего начинается программа по связям с общественностью?
11. Какие методы доступны специалисты исследователю PR?

Перечень тем контрольных работ к Разделу 4:

1. Раскройте стратегии интеграции в маркетинге, менеджменте и коммуникативной сфере (приведите примеры, минимум 3)
2. Раскройте иерархию стратегий в коммуникационных практиках. (приведите примеры, минимум 3)
3. Почему ценностные вопросы: «насколько хорошо» или «насколько плохо» что-либо называются качественными. (приведите примеры, минимум 3)
4. Объясните почему теоретические и прикладные исследователи решают одну и ту же проблему, используя несколько разные подходы. (приведите примеры, минимум 3)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5

1. Соотношение понятий международные отношения, внешняя политика, мировая политика, дипломатия.
2. Основные центры международных исследований в России и за рубежом.
3. Экономический фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
4. Международные экономические организации и их роль в современном мире
5. Хронология развития коммуникаций в США и Европе.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 5:

1. Раскройте понятие коммуникационная платформа бренда (приведите примеры, минимум 3)
2. Конкурентные преимущества коммуникативных программ. (приведите примеры, минимум 3)
3. Коммуникативные и экономические эффекты, ключевые показатели. (приведите примеры, минимум 3)
4. Определение эффективности коммуникативных программ. Методы оценки эффективности. (приведите примеры, минимум 3)
5. Ключевые показатели и способы планирования эффективность. (приведите примеры, минимум 3)

3.3. Темы курсовых работ

1. Интегрированные коммуникации в учреждениях культуры и искусства (на примере…).
2. Интегрированные коммуникации в образовании (на примере…).
3. Интегрированные коммуникации для продвижения продуктовой линейки фирмы (на примере…).
4. Интегрированные коммуникации по формированию имиджа (на примере политического лидера, политической партии, общественного движения).
5. Интегрированные коммуникации для поддержки имиджа государственного (муниципального) учреждения (на примере…).
6. Интегрированные коммуникации для закрепления бренда (на примере…).
7. Интегрированные коммуникации по взаимодействию с целевой аудиторией (на примере предприятий любых форм собственности).
8. Интегрированные коммуникации как средство повышения эффективности продаж в торговых компаниях (на примере…).
9. Интегрированные коммуникации как фактор успешного позиционирования фирмы (на примере…).
10. Интегрированные коммуникации в условиях конкуренции банковских структур (на примере…).
11. Интегрированные коммуникации в социальной сфере (на примере учреждений образования, здравоохранения и др.).
12. Интегрированные коммуникации в сфере продажи недвижимости (на примере…).
13. Интегрированные коммуникации по формированию нематериальных активов (репутации) (на примере…).
14. Интегрированные коммуникации в поддержку экологической политики государства (на примере…).
15. Интегрированные коммуникации для изменения имиджа правоохранительных органов (на примере…).
16. Интегрированные коммуникации в страховом бизнесе (на примере …).
17. Интегрированные коммуникации по спонсированию и благотворительности (на примере…).
18. Интегрированные коммуникации продвижения рекламного агентства в регионе (на примере…).
19. Интегрированные коммуникации в кризисных ситуациях (на примере…).
20. Интегрированные коммуникации формирования благоприятного имиджа государственной власти (на примере ...).
21. Интегрированные коммуникации в антикризисном управлении (на примере ...).
22. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций (на примере ...).
23. Игрофикация в интегрированных коммуникациях (на примере ...).
24. Коммуникативные барьеры и способы преодоления (на примере ...).
25. Влияние репрезентативной системы личности на процесс деловых коммуникаций (на примере ...).

Написание работы по теме, которой нет в списке, но находящейся в рамках предмета, возможно только по предварительному согласованию с преподавателем.

Курсовая работа является важным этапом самостоятельной работы студентов. Она позволяет расширить и углубить знания, полученные при аудиторной форме занятий по изучаемому курсу (их необходимо активно использовать при подготовке работы), проверить умение студента самостоятельно выделять и структурировать проблемную тематику, работать со справочной, учебной, научно-исследовательской литературой, специфическими по форме (особенно электронными) и содержанию (в данном случае – правовыми) источниками, анализировать и синтезировать информацию.

Тематика курсовых работ является примерной (ориентировочной). По согласованию с преподавателем студент может предложить свою собственную тему письменной работы или скорректировать её из предложенного списка. При выборе темы курсовой работы студентам рекомендуется учитывать, кроме индивидуальных склонностей, специализацию и перспективную дипломную тематику. Тематика в значительной степени повторяет содержание аудиторных занятий и экзаменационных вопросов. Это определяется тем, что, во-первых, она является ориентировочной, а во-вторых, дает максимальную возможность использовать все формы учебной работы для подготовки к итоговым контрольным занятиям.

3.4. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа – вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки

абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста)**.

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Содержание (оглавление) должно включать в себя: Введение, Основную часть, Заключение, Список использованных источников и Приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы.

Введение должно содержать в себе:

- обоснование актуальности темы курсовой работы;
- изложение цели и задач курсовой работы;
- формулировку объекта и предмета исследования, проводимого в рамках курсовой работы;
- описание методов, применяемых в ходе исследования;
- краткое содержание глав и параграфов, входящих в курсовую работу.

Введение должно быть кратким и занимать 1–2 страницы.

Актуальность темы курсовой работы может быть обоснована через разъяснение её высокой теоретической значимости и практической полезности в контексте современного положения дел в исследуемой области.

Цель курсовой работы должна быть сформулирована кратко и отражать тот результат, которого обучающийся хочет добиться в процессе проводимого им исследования.

Ошибкой в данном случае будет указывать на средства достижения цели, как на саму цель, например: «…провести анализ…», «…исследовать…» и т. п.

Задачи, перечисляемые во *Введении,* должны обозначать те конкретные шаги, посредством которых автор работы намерен достигнуть сформулированной им цели курсовой работы.

В формулировках задач могут быть использованы такие слова, как: «исследовать», «упорядочить», «систематизировать», «раскрыть», «классифицировать», «обобщить», «проанализировать», «уточнить» и т. п.

Формулировка задач курсовой работы определяет содержание её глав и параграфов. Каждый параграф должен заключать в себе выполнение какой-либо из задач, перечисленных во *Введении*. При этом желательно, чтобы количество сформулированных задач соответствовало количеству параграфов. Результаты выполнения задач должны быть кратко описаны в *Заключении*.

Объект исследования – это его заданная область.

Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

Основная часть курсовой работы должна быть разделена на две или три главы, каждая из которых должна быть разбита на параграфы, количеством не менее двух в каждой главе.

При этом необходимо стремиться к равномерному распределению объема материала между разными главами и внутри них – между параграфами.

Каждый компонент Основной части должен быть закончен в смысловом отношении, но в то же время входить в состав курсовой работы как её закономерная составляющая.

Желательно завершать изложение каждой главы формулировкой тех или иных выводов, которые будут связывать по смыслу данную главу со следующей главой.

Излагаемые в тексте курсовой работы теоретические положения тех или иных авторов должны сопровождаться соответствующими ссылками, цитатами, статистическими данными.

Основная часть курсовой работы должна демонстрировать читателю степень знакомства её автора с историей рассматриваемого вопроса, с современным состоянием научных исследований в данной области, с существующими на сегодняшний день эмпирическими данными и научными теориями по избранной проблеме. В ней также должны быть аргументированно и последовательно изложены результаты произведенного автором исследования, даны рекомендации по совершенствованию научных знаний в данной предметной области.

Выдвигаемые автором теоретические положения и выводы должны быть подкреплены данными из справочников, монографий, периодических научных изданий и других источников.

Если в работе используется цифровой материал, то его предпочтительно приводить в форме таблиц. Для наглядности могут быть использованы иллюстративные материалы, такие как рисунки в виде столбчатых и секторных диаграмм, графиков и т. п.

Заключение должно содержать в себе краткое изложение наиболее существенных результатов выполненного исследования. Эти результаты должны быть сформулированы как выводы, соответствующие цели и задачам исследования, описанным во Введении. Объем заключения должен составлять 1–2 страницы.

Список использованных источников должен содержать в себе названия и описание научных статей и публикаций в специальных изданиях (сборниках научных статей вузов, профессиональной периодике и т. п.), монографий, авторефератов диссертаций, статистики, учебников и учебных пособий, если нужно – законодательных и нормативных правовых актов и пр. (в зависимости от предмета исследования конкретной курсовой работы).

Источники в Списке использованных источников компонуются по разделам:

- Нормативно-правовые акты;
- Документы архивов;
- Справочные и статистические издания;
- Учебная литература;
- Научная литература;
- Периодические издания;
- Интернет-ресурсы и т. п.

При оформлении списка использованных источников указываются все основные сведения об издании: фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства и количество страниц. Для статей, опубликованных в периодических изданиях, необходимо указывать наименование издания, номер, год, а также занимаемые страницы.

Внутри разделов источники располагаются в алфавитном порядке: по алфавиту фамилий авторов или заглавий документов.

Количество источников в Списке использованных источников **не должно быть меньше 5 наименований**.

Оценивание курсовой работы

За выполнение курсовой работы начисляется максимум 100 рейтинговых баллов.

Балльно-рейтинговая система оценки курсовой работы (далее – БРСО курсовой работы) включает в себя три вида критериев оценки: формальный, содержательный и презентационный.

Рейтинговый балл за выполнение требований формального критерия складывается из рейтинговых баллов за соблюдение сроков сдачи работы, технической грамотности оформления, грамотности структурирования работы, наличие иллюстрирующего/ расчетного материала, использования современной, зарубежной литературы и др.

Рейтинг курсовой работы по формальному критерию составляет не более 30 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований содержательного критерия складывается из рейтинговых баллов за актуальность темы, сбалансированность разделов работы, правильности формулировки целей и задач исследования, умения использовать методы, делать выводы, объем проанализированной информации, соответствие содержания заявленной теме, степень самостоятельности, наличие элементов исследовательской работы, практическую ценность результатов работы и др.

Рейтинг курсовой работы по содержательному критерию составляет не более 50 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований презентационного критерия складывается из рейтинговых баллов за умение докладывать и защищать точку зрения, задействовать средства визуализации и мультимедийные технологии организации доклада и др.

Рейтинг курсовой работы по презентационному критерию составляет не более 20 рейтинговых баллов.

Конкретные показатели БРСО курсовой работы формируются выпускающей кафедрой и зависят от специфики курсовой работы.

Результаты оценки по формальному и содержательному критериям формируют текущий рейтинг обучающегося.

Результаты оценки по презентационному критерию формируют рубежный рейтинг обучающегося.

Устанавливается следующая градация перевода рейтинговых баллов обучающихся в систему аттестационных оценок:

Академический рейтинг обучающегося	**Аттестационная оценка обучающегося по курсовой работе**
85-100	Отлично
75-84	Хорошо
65-74	Удовлетворительно
00-64	Неудовлетворительно

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (практическое задания, письменное практическое задание, контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии) и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Интегрированные коммуникации: содержание, методология, эффекты	Контрольная работа	1. Какие преимуществ в области маркетинговых коммуникации имеют исследования? 2. Объясните, почему с появлением цифровых медиа модель ИМК стала сильнее? 3. Вы согласны и почему: исследования коммуникации является частью действия факторов комплекса маркетинге микс «4Р», и наряду с другими его факторами? 4. Каковы основные разновидности методов исследования коммуникации? 5. Что понимается под методами исследований для специалистов маркетинга? 6. В чем особенности количественных методов исследования? 7. В чем сильные и слабые стороны исследований количественных и качественных? 8. Вы согласны, что к основным количественным методам исследования относят: метод опроса (анкетирование), анализ документов, метод карты восприятия, контент-анализ? 9. Что собой представляет анкетирование, составление анкет? 10. Что собой представляет основные этапы составления анкеты?
2	Раздел 2. Основные подходы к интеграции коммуникаций	Контрольная работа	1. Какова стандартная технология тестирование роликов на ТВ или Интернет? 2. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели припоминаемость (запоминаемость) рекламы? 3. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели убедительности рекламы? 4. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели приверженность рекламе (лояльность)? 5. Какие лабораторно-психологические методы используются в качестве измеряющих устройств? 6. Почему популярна технология А/Б-тестирования в интернет-маркетинге? 7. Почему посадочная страница – самый популярный и излюбленный объект А/Б- тестирования? 8. По какой причине практически все агентства тщательно скрывают свои технологии исследования коммуникации, тестирования рекламы? 9. Почему проводить тестирование необходимо на каждом этапе создания 10. рекламной кампании – от идеи до финальной реализации, а не только отснятый ролик или готовые макеты? 11. Какие исследовательские инструменты применяются при тестировании рекламы? 12. Что собой представляет заключительное тестирование? 13. Какие необходимо делать замеры при проведении посттестирования?
3	Раздел 3. Интеграция коммуникаций классических СМИ и новых	Контрольная работа	1. Каково значение исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко? 2. Каковы общие характеристики модель системы интегрированных коммуникации профессора Д. Шевченко? 3. На каком основании модель системы ИК имеет шесть типов, а не семь или пять? 4. Почему реклама — ATL (above the line) носит такое название среди профессионалов? 5. Почему стимулирование сбыта — BTL (below the line) носит такое название среди профессионалов?

	медиа		6. Что означают связи с общественностью и связи с органами власти — PR для исследований? 7. Какие основания имеются в выборе названия такого типа коммуникации, как цифровые коммуникации для исследований? 8. В чем специфика исследований коммуникации - личные продаж? 9. Какие параметры коммуникации прямой маркетинг — DM (direct marketing) анализируются в исследованиях? 10. Как учитываются в исследованиях каналы запанированных (незапланированных) коммуникации?
4	Раздел 4. Интеграция коммуникаций и сферы связей с общественностью	Контрольная работа	1. В чем вы видите специфика исследований связей с общественностью (PR? 2. Почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 3. Как вы объясните. Что в отличие от научного исследования, неформальное исследования основано на субъективной интуиции или на «авторитете2? 4. Какими принципами следует руководствоваться при проведении исследований по связям с общественностью? 5. На какие вопросы исследователь должен найти ответы в исследованиях PR? 6. С помощью каких мероприятий перед реализацией плана отдельные его элементы могут быть проверены исследователем? 7. Какие существуют четыре основные категории исследований по связям с общественностью? 8. Что позволяют получить первичные исследования в PR? 9. Что позволяют получить вторичное исследования или «кабинетное исследования в PR? 10. Объясните почему процесс PR-исследований ведется преимущественно в онлайн-режиме? 11. Дайте объяснение почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью? 12. Какова краткая характеристика количественных методов исследований PR? 13. Каковы преимущества и результаты проведения количественных методов исследований используемых в оценке связей с общественностью (PR)? 14. Каковы основные методы сбора количественных данных? 15. Как проводятся Интернет-опросы? 16. Как проводятся телефонные опросы? 17. Как проводятся почтовые опросы? 18. Как проводятся контент-анализ (обычно освещения в СМИ)? 19. Как проводятся оценка коммуникационной активности бренда в социальных медиа? 20. Как проводятся комментарии и иные формы обратной связи? 21. Как можно исследовать коммуникации PR политического кандидата методом наблюдения? 22. Как можно исследовать коммуникации PR на Днях открытых дверей (ДОД) методом наблюдения?
5	Раздел 5. Особенности управления интегрированными коммуникациями	Кейс-задание Тестирование	**Кейс-задание** Разработайте план рекламной компании для дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе (на выбор) **Тестирование** 1. Выберите правильное, на ваш взгляд, понимание коммуникативной культуры: а) это изучение не только языков, но и культур других народов, их обычаев, традиций и норм поведения;

			б) это исследование различных видов культурной деятельности социальных групп и общностей, их норм, правил и ценностей; в) это овладение и развитие навыков и умений общения у представителей различных культур, которые включают знание языков, культур, обычаев, традиций и норм других народов. 2. Дайте определение следующих понятий: а) Псевдокоммуникация - это...; б) Квазикоммуникация - это. 3. Какие цели преследует изучение межкультурного взаимодействия коммуникативной культурой как дисциплиной? а) определить место коммуникативной культуры среди других наук; б) определить предмет, методологию и понятийный аппарат коммуникативной культуры; в) способствовать правильной интерпретации инокультурного поведения, традиций, обычаев и т.д.; г) обучить практическим навыкам общения с представителями других культур; д) вырабатывать национальные культурные стандарты поведения. 4. Методами каких наук пользуется межкультурное взаимодействие как учебная дисциплина? а) лингвистики; б) этносемантики; в) этнологии; г) когнитивной психологии; д) педагогики; е) социологии; ж) политологии; з) теории коммуникации. 5. Этапы какого процесса перечислены? а) эйфория; б) фрустрация; в) естественное восприятие инокультурной среды. 6. Отметьте виды невербальной коммуникации: а) мимика; б) язык и речь; в) жесты; г) обмен посланиями (переписка); д) рукопожатие; е) поклон; ж) символы; з) традиции. 7. В каких этнонациональных культурах (дописать в скобках страну или регион)

			запрещается или не приветствуется: а) рукопожатие между мужчиной и женщиной ( ); б) распитие спиртного во время фуршета, торжественных ужинов ( ); в) интерес к здоровью супруги ( ); г) поза сидящего человека «нога на ногу» ( ); д) жест руки с поднятым большим пальцем ( ); е) поглаживание по голове чужого ребенка ( ); ж) упаковка подарка в обертку белого цвета ( ); з) преподнесение в подарок часов ( ). 8. Каковы основные коммуникативные формы межкультурной коммуникации: а) вербальная, невербальная, паравербальная б) внутренняя, внешняя, смешанная в) бытовая, деловая, персональная 9. На чем основывается межкультурная коммуникация? а) образная система б) знаковая система в) символьная система 10. По восприятию времени культуры делятся на: а) полихронные б) монохронные в) автохронные г) интрохронные

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Классификация методов ИМК 2. Принципы системы ИМК 3. Факторы, влияющие на выбор потребителя 4. Факторы, характеризующие состояние рынка. 5. Пять стратегий Минцберга 6. Сущность стратегии интеграции в маркетинге 7. Маркетинговые стратегии на различных этапах развития рынка 8. Современные формы реализации системы маркетинговых коммуникаций 9. Этапы вовлечения комплекса продвижения в систему ИМК 10. Место комплекса ИМК в организационно-функциональной структуре компании 11. Разработка программы ИМК 12. Показатели эффективности ИМК 13. Экономическая эффективность рекламной кампании 14. Психологическая эффективность рекламной кампании 15. Задачи рекламы в системе ИМК 16. Понятие, цели, задачи и функции PR в системе ИМК 17. Особенности стимулирования сбыта в системе ИМК 18. Особенности директ-маркетинга в системе ИМК 19. Этапы становления и развития системы маркетинговых коммуникаций 20. Варианты интегрированного использования инструментов маркетинговых коммуникаций. 21. Преимущества интегрированного подхода к управлению маркетинговыми коммуникациями. 22. История появления концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций 23. Современные представления о интеграции 24. Маркетинговая стратегия как основа интеграции коммуникаций 25. Сущность стратегии интеграции. 26. Пять стратегий Минцберга. 27. Разработка стратегий на трех уровнях: корпоративном, функциональном и инструментальном. 28. Сущность и роль корпоративных стратегий. 29. Виды корпоративных стратегий: портфельные, стратегии роста, конкурентные. 30. Понятие и виды функциональных стратегий: сегментации, позиционирования, комплекса маркетинга. 31. Сущность и виды инструментальных стратегий: товарные, ценовые, реализации, продвижения. 32. Выбор стратегий с помощью моделей и матриц стратегического анализа. 33. Классификация маркетинговых стратегий по уровню управления 34. Маркетинговые стратегии на различных этапах существования рынка 35. Предметная область ИК. 36. Матрица микс маркетинга (4Р) 37. Междисциплинарные элементы ИК 38. Принципы функционирования ИК как профессиональной практики. 39. Структура практик в области коммуникаций

	40. Характеристика медийного и немедийного сегментов ИК: основные и дополнительные признаки. 41. Связи с общественностью как социальная технология и как компонент интегрированных коммуникаций. 42. Принципы интеграции коммуникации в кампаниях. 43. Стратегии интеграции в маркетинге, менеджменте и коммуникативной сфере. 44. Иерархия стратегий в коммуникационных практиках. 45. Что такое коммуникационная платформа бренда? 46. Конкурентные преимущества коммуникативных программ. 47. Коммуникативные и экономические эффекты, ключевые показатели. 48. Дайте определение эффективности коммуникативных программ. Методы оценки эффективности. 49. Раскройте ключевые показатели и способы планирования эффективность. 50. В чём заключается разработка коммуникационных кампаний и оценка эффективности? 51. Раскройте аналитический и креативный этап в разработке ИК? 52. Что такое интеграция в креативном продукте? 53. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: декодирования (расшифровка), получатель? 54. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: помехи, обратная связь с рекламодателем и ответная реакция получателя? 55. Какие факторы относятся к препятствиям эффективного общения? 56. Какие методы манипуляции используются в процессе кодирования? 57. Чем отличаются с точки зрения коммуникации потребители нового поколения, в отличие от прошлого? 58. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями? 59. Почему коммуникации называют интегрированными коммуникациями? 60. Как вы охарактеризуете концепцию ИМК в интернете? 61. Дайте содержательную краткую характеристику основным участникам коммуникационного процесса: рекламы? 62. Почему рекламодатели заинтересованы в проведении исследований коммуникации? 63. Что собой представляют коммуникации? 64. Каковы основные разновидности коммуникации? 65. Как соотносятся между собой термины «коммуникация» и «информация»? 66. В чем различие внутренней и внешней информации? 67. Что понимается под термином «медиа»? 68. Что собой представляет медиапространство? 69. Что включает в себя контент? 70. Почему сообщение называют сердцем коммуникации? 71. Что собой представляет структура коммуникационного процесса? 72. Что собой представляют элементы коммуникационного процесса: отправитель, кодирование, сообщение (обращение)? 73. Почему исследования коммуникации являются частью общей маркетинговой стратегии организации? 74. Как связаны между собой исследования и конкуренция на рынке продуктов и услуг? 75. Каковы шесть принципов (шагов) исследовательских подходов к коммуникациям?

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3742-1. – DOI 10.23681/701345. – Текст : электронный.

Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544594

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/484940

5.1.2. Дополнительная литература

Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535593

Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/539467

Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535800

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий	https://e.lanbook.com/

		по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени

сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами

обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ ВИДЕОПРОИЗВОДСТВА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 10
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 12
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 12
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 12
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 15
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 16
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 17
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 17
5.1.1. Основная литература 17
5.1.2. Дополнительная литература 17
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 17
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 18
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 19
5.4.1. Средства информационных технологий 19
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 19
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 19
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 19
5.6. Образовательные технологии 20
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 21

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере теоретических знаний и практических приемов и технологий видеопроизводства, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Обеспечить изучение базовых понятий видеопроизводства.
2. Обеспечить изучение ключевых инструментов видеопроизводства.
3. Обеспечить изучение технологии работы с видеоматериалами.
4. Формировать представление о тенденциях развития видеопроизводства.
5. Обеспечить изучение Российского и зарубежного опыта видеопроизводства.
6. Формировать навыки применения техники и основных правил видеосъемки;
7. Формировать навыки работы с разными форматами видеофайлов;
8. Формировать навыки работы с различным основным и вспомогательным оборудованием: камеры, объективы, фильтры для объективов, источники света, рассеиватели, стойки, студийные фоны, штативы, электронный стедикам, моторизованный слайдер и другие;
9. Формировать навыки создания контента и размещения на специальных платформах.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1 Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2 Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: Основы технологий видеопроизводства в маркетинговых коммуникациях разных типов. Уметь: управлять процессом видеопроизводства в рамках корпоративного стиля для визуальных коммуникаций с потребителем.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54			

Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*12*	*12*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	36	36			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 3**			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	14	14			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	87	87			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 5)											
Раздел 1. Виды видеоконтента и технологии его производства	**28**	**12**	**16**	**4**		**8**				**4**	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.1. Основные процессы видеопроизводства	14	6	8	2		4				2	
Тема 1.2. Виды и жанры видеоконтента	14	6	8	2		4				2	
Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	**32**	**12**	**20**	**6**		**10**				**4**	
Тема 2.1. Проведение брифинга и написание сценария.	16	6	10	2		6				2	
Тема 2.2. Подбор оборудование и техники для видеопроизводства	16	6	10	4		4				2	
Раздел 3. Производство и продвижение видеоролика	**30**	**12**	**18**	**4**		**10**				**4**	
Тема 3.1 Работа режиссера и оператора	16	6	10	2		6				2	
Тема 3.2 Процессы постпроизводства и продвижения.	14	6	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18										
Общий объем, часов	**108**	**36**	**54**	**14**		**28**				**12**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3 Сессия 3-4)											
Раздел 1. Виды видеоконтента и технологии его производства	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Основные процессы видеопроизводства	17	15	2			2					
Тема 1.2. Виды и жанры видеоконтента	17	15	2	2							
Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. Проведение брифинга и написание сценария.	17	15	2			2					
Тема 2.2. Подбор оборудование и техники для видеопроизводства.	17	15	2	2							
Раздел 3. Производство и продвижение видеоролика	31	27	4			4					
Тема 3.1 Работа режиссера и оператора	12	10	2			2					
Тема 3.2 Процессы постпроизводства и продвижения.	19	17	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Общий объем, часов	**108**	**87**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВИДЫ ВИДЕОКОНТЕНТА И ТЕХНОЛОГИИ ЕГО ПРОИЗВОДСТВА

Тема 1.1. Основные процессы видеопроизводства

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этапы технологического процесса. Определения этапов, краткие пояснения. Роль каждого этапа в создании финального продукта. Основные участники процесса. Функционал участников. Иерархия участников, структура работы и взаимодействия. Особенности производства видеоконтента. Классификация видеоконтента по жанрам, по способам производства, по экономическим показателям. Современные тенденции развития видеоконтента в России и за рубежом, перспективные направления. Размещение на медиаканалах. ТВ, РВ и Интернет как медиаканалы. Эффективность и особенности медиаканалов. Ограничения в видеоконтенте, авторское право в производстве, использование музыки, графических изображений.

Тема 1.2. Виды и жанры видеоконтента

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение Видеоконтента. Содержание видеоконтента. Определение цели видеоконтента. Целевая аудитория. Определение жанра. Презентационный контент. Рекламный контент. Обучающий контент. ТВ и развлекательный контент. Социальный контент. Основные принципы при создании видеоконтента. Виды видеоконтента. Понятия: пэкшот, плейоф, андлайн.. Современные требование к видеоконтенту.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 1:

Тема практических занятий: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ В ВИДЕОПРОИЗВОДСТВЕ.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты проводят анализ видеоконтента представленного на различных стриминговых сервисах, изучают наиболее предпочитаемые жанры, знакомятся с особенностями построения кадра, экспозиции, света и звука. По результатам анализа студенты готовят выводы и оформляют в презентацию.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание.

РАЗДЕЛ 2. ВИДЫ И ЖАНРЫ ВИДЕОКОНТЕНТА

Тема 2.1. Проведение брифинга и написание сценария

Перечень изучаемых элементов содержания

Разработка идеи и концепции ролика. Роль концепции в процессе производства видеоконтента. Техники генерации идей. Способы анализа и отбора идей через призму брифа. Язык описания идей. Структура подачи информации. Бриф, как часть видеопроизводства. Определение и основные блоки брифа. Правила заполнения, анализ и коррекция брифа. Правила работы с утвержденным брифом, постановка задачи творческому коллективу.

Определение сценария. Структура. Правила оформления и подачи информации. Описание видеоряда и аудиоряда. Анализ сценария через призму концепции и брифа. Режиссерский сценарий. Создание образов. Подготовка раскадровки. Влияние образов на имидж брендов и на подсознательное восприятие зрителем или слушателем. Утверждение актёров и массовки.

Тема 2.2. Подбор оборудование и техники для видеопроизводства

Перечень изучаемых элементов содержания

Подбор оборудования под задачи, поставленные в брифе и сценарии. Изучение теории и практики постановки освещения в кадре. Примеры светового оборудования. Типичные ошибки в постановке света. Изучения разницы между постановкой фото и видео света. Работа со звуком. Аудио оборудование. Возможности микрофонов и приемы, используемые при записи звука в шумных места, на открытом воздухе, в помещения с резонирующей акустикой, в ветренную погоду. Видеооборудование. Работа с профессиональным оборудованием. Работа с зеркальными камерами. Работа с беззеркальными камерами. Мобильная съемка. Плюсы и минусы мобильной съемки. Использование экшен-камер в съемках видеоконтента. Оборудование для видеомонтажа. Мобильный видеомонтаж. Монтаж посредством профессионального софта. Разница и возможности различных программ монтажа. Правила цветокоррекции. Обработка звука.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 2:

Тема практических занятий: РАЗРАБОТКА СЦЕНАРИЯ ВИДЕОРОЛИКА.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты разрабатывают концепцию и сценарий видеоролика. Определяется формат, жанр, натура, необходимое оборудование, представляются референсы на основе которых будет сниматься видеоролик. Результаты оформляются в форме презентации, в котором .

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание.

РАЗДЕЛ 3. ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДВИЖЕНИЕ ВИДЕОРОЛИКА

Тема 3.1 Работа режиссера и оператора

Перечень изучаемых элементов содержания

Съемочный процесс. Особенности телерекламы. Описание съемочного процесса. Подготовка: кастинг, подбор мест и реквизит. Организация и административная функция на съемочной площадке. Постановка задачи творческому коллективу. Участники съемочной группы. Работа в творческом коллективе: особенности и практические советы. Роли в съемочном процессе. Композиция кадра. Построение различных композиций для статичных или динамичных сцен. Выбор крупности плана для решения той или иной задачи. Практическое использование линейной и тональной перспективы при съемке. Принципы монтажа при съемках. Разбивка монтажной сцены по крупности планов. Съемка монтажной сцены по направлению движения основного объекта. Съемка диалога с учетом линии взаимодействия. Съемка группы людей с учетом трех и более линий взаимодействия

Тема 3.2 Процессы постпроизводства и продвижения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Монтаж видео. Обработка звука. Тестовые просмотры. Досъемка. Наложение спецэффектов. Цветокоррекция. Наложение титров и заставок. Создание мастер-видео. Оформление документов и последние выплаты за работу. Использования софта для монтажа видеоконтентов. Использование готовых сетапов и коммерческих продуктов. Типичные ошибки и проблемы при монтаже. Тренды в обработке видео. Использование музыкального соображение. Абскейл видеоизображения. Переходы в склейке видео. Важность разрешения и битрейда видеоконтента для обработки. Стабилизация видео. Использование инструментов видеомонтажа. Использование ИИ в обработке видео. Правила использования субтитров.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 3:

Тема практических занятий: ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТПРОИЗВОДСТВО ВИДЕОКОНТЕНТА.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты на основе разработанного сценария снимают короткометражный видеоролик, который должен быть обработан и смонтирован. К полученному контенту готовится сопроводительная документация в которой раскрываются технические характеристики использованного оборудования и софта для обработки, описываются использованные приемы, техники и трудности возникшие в процессе работы над видеороликом.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Раздел 1. Виды видеоконтента и технологии его производства.	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Производство и продвижение видеоролика	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Пре-продакшен
2. Технология проведения каста
3. Правила отбора натуры
4. Причны и последствия нарушения авторского права
5. Роль продюсера в создании видеоконтента
6. Аутсорсинг в видеопроизводстве
7. Работа осветителей
8. Работа звукового режиссёра
9. Работа с озвучкой
10. Использование анимации и изображений

Перечень тем эссе к Разделу 1

1. Трендовые жанры видеороликов
2. Площадки для размещения видеоконтента
3. Использование флеш анимации
4. Мультипликационные ролики
5. Влияние хронометража на популярность и просмотры контента
6. Основные правила создание успешного видеоролика
7. Актерская игра в ролике
8. Запрещенный контент
9. Возрастной рейтинг
10. Влияние насмотренности режиссера на видеоконтент

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Типичные ошибки при разработке сценария и раскадровки
2. Составление брифа
3. Учет технических возможностей при написании сценария
4. Виды оборудования для записи звука
5. Аренда оборудования
6. Значение звука в видеоролике
7. Значение картинки в видеоролике
8. Виды объективов для различных видов съемки
9. Оборудование для экстремальных видов съемки
10. Аналоговое оборудование для видеосъемки

Перечень тем эссе к Разделу 2

1. Интеграция рекламы в видеоконтент
2. Использование световых и звуковых элементов для передачи настроения видеоконтента
3. Типичные ошибки в выборе натуры для съемок
4. Использование спецэффектов в видеоконтенте
5. Фирменный стиль режиссера
6. Обустройство съемочной площадки
7. Виды оборудования для съемки видеоконтента
8. Правила установки видео света
9. Видеоформат и кодеки видеороликов
10. Значение битрейта для обработки видео

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Роль оператора в процессе видеопроизводства.
2. Работа гримеров и костюмеров в процессе видеопроизводства.
3. Съемка батальных сцен
4. Съемка романтических сцен
5. Значение цвета при построении кадра
6. Устранение посторонних шумов при записи звука
7. Громкость звука и музыки в ролике, соблюдение баланса.
8. Нейросети как альтернатива съемки видеоконтента
9. Отличие аналоговой съемки от цифровой
10. Продюсирование видеоконтента

Перечень тем эссе к Разделу 3

1. Влияние оборудования на ход съемки
2. Текстовые материалы в видео
3. Улучшения изображения
4. Виды монтажа
5. Виды переходов при монтаже
6. Запись звуков и эфектов
7. Джамп-кат как вид монтажа
8. Отличие режиссера монтажа от видеомонтажера
9. Режиссерский монтаж
10. Тренды в видеопроизводстве

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения, по сути, поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Виды видеоконтента и технологии его производства.	Аналитическое задание	Провести анализ работ современных режиссеров.
2.	Раздел 2. Организация процесса видеопроизводства	Аналитическое задание	Изучить влияние особенностей оборудования для съемки видеоконтента.
3	Раздел 3. Производство и продвижение видеоролика	Аналитическое задание	Рассмотреть наиболее популярные решения в постобработки.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Пре-продакшен 2. Технология проведения каста 3. Правила отбора натуры 4. Причины и последствия нарушения авторского права 5. Роль продюсера в создании видеоконтента 6. Аутсорсинг в видеопроизводстве 7. Работа осветителей 8. Работа звукового режиссёра 9. Работа с озвучкой 10. Использование анимации и изображений 11. Типичные ошибки при разработке сценария и раскадровки 12. Составление брифа 13. Учет технических возможностей при написании сценария 14. Виды оборудования для записи звука 15. Аренда оборудования 16. Значение звука в видеоролике 17. Значение картинки в видеоролике 18. Виды объективов для различных видов съемки 19. Оборудование для экстремальных видов съемки 20. Аналоговое оборудование для видеосъемки 21. Роль оператора в процессе видеопроизводства. 22. Работа гримеров и костюмеров в процессе видеопроизводства. 23. Съемка батальных сцен 24. Съемка романтических сцен 25. Значение цвета при построении кадра 26. Устранение посторонних шумов при записи звука 27. Громкость звука и музыки в ролике, соблюдение баланса. 28. Нейросети как альтернатива съемки видеоконтента 29. Отличие аналоговой съемки от цифровой 30. Продюсирование видеоконтента 31. Этапы создания видеконтента 32. Классификация жанров видеоконтента 33. Отличие видеоконтента для различных площадок 34. Последствие нарушения авторских прав 35. Видеооборудование 36. Аудиоборудование 37. Световое оборудования 38. Состав съемочной группы 39. Этапы написания сценария 40. Проведения брифа 41. Профессиональный софт для видеомонтажа 42. Профессиональная съемка. Любительская съемка. Мобильная съемка. 43. Разница искусственного и естественного света в видеоконтенте 44. Композиция кадра 45. Линейная и тональная перспектива 46. Виды плана кадра 47. Слоумоушен и пролапс в видеосьемке 48. Съемка интервью, подкаста, сюжета, репортажа 49. Искусственный интеллект в обработке видео 50. Цветокорекция кадра

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535961

Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/542705

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531939

5.1.2. Дополнительная литература

Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для вузов / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/538754

Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/545519

Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : учебное пособие / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18622-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/545182

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/

2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами

обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.
Декан факультета политических и

социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5

2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 10

3.2. Задания для самостоятельной работы 10

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 12

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 14

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 14

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 14

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 15

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 17

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 18

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 19

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 19

5.1.1. Основная литература 19

5.1.2. Дополнительная литература 19

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 20

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 20

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 21

5.4.1. Средства информационных технологий 21

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 21

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 21

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 22

5.6. Образовательные технологии 22

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 23

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере монетизации репутации бренда и влиянии стратегии управления репутацией бренда на стоимость компании, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Обеспечить изучение особенности целей и задач стратегического управления репутацией бренда.
2. Обеспечить изучение методов и показателей оценки стоимости компании.
3. Обеспечить изучение и понимание взаимосвязи репутации бренда и коммерческой эффективности деятельности предприятия.
4. Обеспечить изучение оценки влияния стратегии управления репутацией бренда на эффективность деятельности компании в целом.
5. Формировать навыки проведения анализа и оценки эффективности, привлекательности и результативности репутации бренда.
6. Обеспечить изучение современного программного обеспечения для решения задач и оценки эффективности управления репутации бренда.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-3, ПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	*Знать:* *технологии маркетинга любого уровня сложности* *Уметь:* *осуществлять реализацию маркетингового продукта, исходя из условий бизнес-среды*
ПК-5 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-5.1 Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК-5.2 Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации	*Знать: технологии оценки эффективности в сфере коммуникационного менеджмента и управление репутацией бренда* *Уметь: применять технологии оценки эффективности при осуществлении мониторинга стратегического управления репутацией бренда*

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	72	72			
Лекционные занятия	18	18			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	38	38			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*16*	*16*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	63	63			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3			
		Сессия 3-4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	16	16			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	124	124			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 6)											
Раздел 1. Стратегия управление репутацией бренда: нематериальный актив, оценка эффективности	35	15	20	6		10				4	
Тема 1.1. Факторы эффективной стратегии управления репутацией бренда	20	8	12	4		6				2	
Тема 1.2. Оценка основных факторов, влияющих на репутацию бренда в разработанной стратегии	15	7	8	2		4				2	
Раздел 2. Методика сбора и обработки данных о репутации бренда	32	16	16	4		8				4	
Тема 2.1. Технология сбора данных	16	8	8	2		4				2	
Тема 2.2. Технологии обработки и анализа данных	16	8	8	2		4				2	
Раздел 3. Эффекты влияния репутации бренда на результаты деятельности компании	34	16	18	4		10				4	
Тема 3.1. Бэдвилл и гудвилл бренда	18	8	10	2		6				2	
Тема 3.2. Учет влияния репутации бренда на коммерческий результат компании	16	8	8	2		4				2	
Раздел 4. Оценка эффективности стратегии управления бренда	34	16	18	4		10				4	
Тема 4.1. Оценка финансовой эффективности	18	8	10	2		6				2	
Тема 4.2. Оценка экономической эффективности	16	8	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**63**	**72**	**18**		**38**				**16**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3, Сессия 3-4)											
Раздел 1. Стратегия управление репутацией бренда: нематериальный актив, оценка эффективности	35	31	4	2		2					
Тема 1.1. Факторы эффективной стратегии управления репутацией бренда	18	16	2	2							
Тема 1.2. Оценка основных факторов, влияющих на репутацию бренда в разработанной стратегии	17	15	2			2					
Раздел 2. Методика сбора и обработки данных о репутации бренда	35	31	4	2		2					
Тема 2.1. Технология сбора данных	18	16	2	2							
Тема 2.2. Технологии обработки и анализа данных	17	15	2			2					
Раздел 3. Эффекты влияния репутации бренда на результаты деятельности компании	35	31	4	2		2					
Тема 3.1. Бэдвилл и гудвилл бренда	18	16	2	2							
Тема 3.2. Учет влияния репутации бренда на коммерческий результат компании	17	15	2			2					
Раздел 4. Оценка эффективности стратегии управления бренда	35	31	4	2		2					
Тема 4.1. Оценка финансовой эффективности	18	16	2	2							
Тема 4.2. Оценка экономической эффективности	17	15	2			2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**144**	**124**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА: НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Тема 1.1. Факторы эффективной стратегии управления репутацией бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность стратегий управления репутации бренда. Место и роль бренда в деятельности организации. Система управления репутацией бренда. Особенности, задачи, цели и миссия стратеги управлением репутацией бренда. Факторы успеха реализации стратегии.

Тема 1.2. Оценка основных факторов, влияющих на репутацию бренда в разработанной стратегии

Перечень изучаемых элементов содержания

Факторы, влияющие на репутацию. Следование целям и миссии. Защита данных от утечек и кражи. Обратная связь с потребителем. Репутация компании как работодателя. Активная социальная позиция топ менеджмента. Фейки. Борьба с фейками и работа по разрушению негативных мифов про организацию. Направленность на социальную политику компании. Следование повестке.

Ассортимент продукции и услуг. Инновации и затраты на их реализацию. Кадровая политика. Корпоративная социальная ответственность. Затраты на следование трендам. Клиент-ориентированность. Затраты на рекламу. Затраты на создание и поддержание имиджа. Благотворительность. Меценатство. Оправданность затрат на хайп.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 1:

Тема практических занятий: Разработка стратегии управления бренда.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты создают компанию, в основе которой лежит создание нового бренда, направленного на молодую аудиторию. Студенты выбирают сферу деятельности, рынок, сегмент и свой уникальный продукт. Определяют и рассчитывают затраты на производство и реализацию продукта, оценивают затраты на продвижение и рекламу, определяют затраты на создание бренда, логотипа, слогана и проведение рекламной компании. Исходя из получившихся затрат рассчитываются затраты на создание нематериального актива. Полученные результаты оформляются в презентацию.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание

РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИКА СБОРА И ОБРАБОТКИ ДАННЫХ О РЕПУТАЦИИ БРЕНДА

Тема 2.1. Технология сбора данных

Перечень изучаемых элементов содержания

Репутационный аудит и особенности его проведения. Вопросы, изучаемые репутационным аудитом. Доверие потребителя. Известность. Интерес и востребованность. Обратная связь. Цели и задачи проведения аудита.

Тема 2.2. Технологии обработки и анализа данных

Перечень изучаемых элементов содержания

ORM и SERM маркетинг. Формирование позитивного имиджа бренда. Анализ отзывов на маркетплейсах и отзовиках. Мониторинг уровня рейтинга. Анализ основных источников данных о данных бренда. Анализ конкурентов. Этапы проведения репутационного аудита. Упоминание бренда в сети и СМИ. Осведомлённость потребителя о бренде. Основные и вспомогательные площадки для мониторинга. Инструменты адита.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 2:

Тема практических занятий: Проведение репутационного аудита.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты проводят опрос одногруппников, имитирующее мониторинг социальных сетей и сайтов-отзовиков. Составляют вопросный лист, в котором одногруппники отвечают на вопросы на основании презентации прошлого занятия. Вопросный лист должен состоять из вопросов связанных с интересом к бренду, востребованностью и доверием к бренду. По итогам аудита проводится анализ собранной информации, делаются выводы, а также оценивается целесообразность предложенных на предыдущем занятии мероприятиях в рамках стратегии управления брендом. Полученные результаты оформляются в презентацию.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание

РАЗДЕЛ 3. ЭФФЕКТЫ ВЛИЯНИЯ РЕПУТАЦИИ БРЕНДА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Тема 3.1. Бэдвилл и гудвилл бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Плохая и хорошая репутация компании. Причины, влекущие за собой «плохую» и «хорошую» репутацию компании. Последствия появления «плохой» и «хорошей» репутации у бренда в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Тема 3.2. Учет влияния репутации бренда на коммерческий результат компании

Перечень изучаемых элементов содержания

Учет репутации в деятельности компании. Бэдвилл как «скидка» на оценку стоимости бренда. Снижение наценки на производимый продукт, товар, услугу в случае появления негативной репутации. Гудвилл как «наценка» на стоимость бренда и производимого продукта, товара и услуги. Сравнение факта неизвестности бренда с фактом негативной репутации.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 3:

Тема практических занятий: Проведение репутационного аудита.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты, по результатам предыдущего задания, определяют репутацию своего бренда, а также рассчитать стоимостное выражение своего бренда. По итогам оценки студены должны внести корректировку к предложенной стратегии, оценить затраты или экономию на реализацию разработанной стратегии. Полученные результаты оформляются в презентацию.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДА

Тема 4.1. Оценка финансовой эффективности

Перечень изучаемых элементов содержания

Алгоритм проведения оценки финансовой эффективности стратегии управления репутацию бренда. Типовые схемы организации финансовых потоков на реализацию стратегии. Выбор схемы финансовой реализации. Оценка финансовой реализуемости. Коэффициенты оценки финансовой эффективности. Расчет коэффициента рентабельности и коэффициента оборачиваемости. Коэффициент финансовой состоятельности. Коэффициенты оценки дебиторской и кредиторской задолженности.

Тема 4.2. Оценка экономической эффективности

Перечень изучаемых элементов содержания

Простые методы оценки экономической эффективности. Дисконтированные методы оценки эффективности. Показатели эффективности: NPV, IRR/MIRR, PBP. Концепция временной стоимости денег. Необходимость проведения дисконтирования денежных потоков. Ставка дисконтирования. Методы расчета ставки дисконтирования. Укрупненный метод расчета. Кумулятивный метод расчета. Модель WACC.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 4:

Тема практических занятий: Проведение репутационного аудита.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненному проекту

Задание на проект:

Студенты, проводят оценку экономической и финансовой эффективности стратегии управления брендом, используя методы экономического и финансового анализа. Студенты делают выводы. Полученные результаты оформляются в презентацию.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Раздел 1. Стратегия управление репутацией бренда: нематериальный актив, оценка эффективности	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Методика сбора и обработки данных о репутации бренда	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Эффекты влияния репутации бренда на результаты деятельности компании	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Оценка эффективности стратегии управления бренда	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Виды стратегий управления брендом
2. Материальные активы компании

3. Нематериальные активы компании
4. Факторы успеха управления брендом
5. Проектно-ориентационная деятельность
6. Значение репутации бренда для компании
7. Оналйн присутствие бренда.
8. Онлайн пространство
9. Важность качественного контента продвижения
10. Фейки и дискредитация бренда

Перечень тем рефератов к Разделу 1

1. Стратегия контент-маркетинга
2. Оценка ценности аудитории
3. Кризисное управление
4. Оценка рисков не реализации
5. Минимизация ущерба репутации бренда
6. Мониторинг социальных сетей как элемент стратегии
7. Работа с метриками
8. PR и медийные отношения
9. Этапы управления цифровой репутацией
10. Тактические и стратегические цели

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Сбор мнений целевой аудитории
2. Причины проведение репутационного аудита
3. Информационный образ компании
4. Восприятие и образ компании и бренда
5. Восприятие компании собственниками
6. Восприятие компании топ менеджмента
7. Восприятие компании рядовыми сотрудниками
8. Виды репутационного аудита
9. Определение целевой аудитории аудита
10. Оценка сильных и слабых сторон бренда

Перечень тем рефератов к Разделу 2

1. Мониторинг уровня узнаваемости бренда
2. Вербальные и невербальные атрибуты бренда
3. Внутренний репутационный аудит
4. Внешний репутационный аудит
5. Технология анализа упоминания бренда в СМИ
6. Виды репутационного аудита
7. Аудит репутации руководства компании
8. Факторный анализ
9. Семантический анализ
10. Создание фокус-группы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Формула расчета Гудвилл
2. Методы расчета гудвилла
3. Нематериальные активы компании
4. Слоган, рекламный ролик, название бренда
5. Оценка «здоровья» компании
6. Влияние имиджа руководителя на репутацию бренда
7. Самые известные «игроки» на «репутационном рынке»
8. Методы оценки гудвилла
9. Стратегия слияние как способ управления брендом

10. Стратегия объединения как способ управления брендом

Перечень тем рефератов к Разделу 3

1. Стоимостной метод оценки
2. Сравнительный метод оценки
3. Метод продаж
4. Пропорциональный метод
5. Причины необходимости расчета гудвилла и бэдвилла
6. Понятия неотчуждаемых активов
7. Виды гудвилла
8. Виды бэдвилла
9. Техника управления гудвиллом и бэдвиллом
10. Влияние нематериальных активов компании на репутацию брендов

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Зарубежная практика экономической оценки эффективности
2. Зарубежная практика финансовой оценки эффективности
3. Кумулятивный метод расчета
4. Финансовая состоятельность
5. Коэффициенты оценки
6. Влияние социального окружения
7. Влияние экосистемы на оценку эффективности
8. Типовые схемы организации финансового проекта
9. Оценка стоимости денег во времени
10. Привлечение финансов на реализацию стратегии управления брендом

Перечень тем рефератов к Разделу 4

1. Электронная почта – это технология для отправки и получения электронных писем между компьютерами в локальной сети или сети интернет, по протоколу SMTP
2. Оценка дебиторской задолженности
3. Оценка кредиторской задолженности
4. Выбор ставки дисконтирования
5. Модель WACC
6. Оценка необходимости управлением брендом
7. Разница между финансовой и экономической оценкой эффективности
8. Учет стоимости нематериальных активов компании
9. Укрупненный метод расчета эффективности
10. Влияние инфляции на реализацию стратегии

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Стратегия управление репутацией бренда: нематериальный актив, оценка эффективности	Аналитическое задание	Провести анализ наиболее ярких примеров снижения и увеличения уровня доверии к бренду
2	Раздел 2. Методика сбора и обработки данных о репутации бренда	Аналитическое задание	Рассмотреть наиболее успешные примеры и техники того как компания смогла улучшить свои имидж и репутацию
3	Раздел 3. Эффекты влияния репутации бренда на результаты деятельности компании	Аналитическое задание	Изучить влияние неудачных примеров реализации стратегии управления репутацией бренда и оценить последствия этих решений
4	Раздел 4. Оценка эффективности стратегии управления бренда	Аналитическое задание	Рассмотреть влияние положительной репутации бренда на объемы продаж, заинтересованности брендом и вовлеченности потребителя

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Виды стратегий управления брендом 2. Материальные активы компании 3. Нематериальные активы компании 4. Факторы успеха управления брендом 5. Проектно-ориентационная деятельность 6. Значение репутации бренда для компании 7. Оналйн присутствие бренда. 8. Онлайн пространство 9. Важность качественного контента продвижения 10. Фейки и дискредитация бренда 11. Сбор мнений целевой аудитории 12. Причины проведение репутационного аудита 13. Информационный образ компании 14. Восприятие и образ компании и бренда 15. Восприятие компании собственниками 16. Восприятие компании топ менеджмента 17. Восприятие компании рядовыми сотрудниками 18. Виды репутационного аудита 19. Определение целевой аудитории аудита 20. Оценка сильных и слабых сторон бренда 21. Виды стратегий продвижения бренда 22. Роль топ менеджмента компании в правлении брендом 23. Влияние ассортимента выпускаемой продукции на продвижение бренда 24. Внедрение инноваций в деятельность компании и их влияние на имидж бренда 25. Важность построения обратной связи с потребителем 26. Сущность и значение проведения репутационного аудита 27. Мониторинг упоминаний бренда в сети и в СМИ 28. Тактики завоевания доверия потребителей 29. Влияние кадровой политики на бренд 30. Миссия и социальная позиция бренда
ПК-5	31. Формула расчета Гудвилл 32. Методы расчета гудвилла 33. Нематериальные активы компании 34. Слоган, рекламный ролик, название бренда 35. Оценка «здоровья» компании 36. Влияние имиджа руководителя на репутацию бренда 37. Самые известные «игроки» на «репутационном рынке» 38. Методы оценки гудвилла 39. Стратегия слияние как способ управления брендом 40. Стратегия объединения как способ управления брендом 41. Зарубежная практика экономической оценки эффективности 42. Зарубежная практика финансовой оценки эффективности 43. Кумулятивный метод расчета 44. Финансовая состоятельность 45. Коэффициенты оценки

	46. Влияние социального окружения 47. Влияние экосистемы на оценку эффективности 48. Типовые схемы организации финансового проекта 49. Оценка стоимости денег во времени 50. Привлечение финансов на реализацию стратегии управления брендом 51. Сравнение факта неизвестности бренда с негативным отношением к бренду 52. Плюсы и минусы негативной репутации бренда 53. Факты, влияющие на удешевление бренда 54. Факты, влияющие на удорожание бренда 55. Методы оценки бренда 56. Методы улучшения репутации бренда 57. Модель WACC 58. Причины снижения стоимости бренда 59. Влияние нематериальных активов компании на репутацию брендов 60. Внешний и внутренний репутационный аудит

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 . – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.

Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536537

Спиридонова, Е. А. Оценка и управление стоимостью бизнеса : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17794-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536908

5.1.2. Дополнительная литература

Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/510075 .

Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536560 .

Федотова, М. А. Оценка стоимости активов и бизнеса : учебник для вузов / М. А. Федотова, В. И. Бусов, О. А. Землянский ; под редакцией М. А. Федотовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 539 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16679-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/541194 .

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 . – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название	Описание электронного ресурса	Используемый для

	электронного ресурса		работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **9**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 9
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **12**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 12
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 12
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14
4.35. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 15
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 16
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **17**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 17
5.1.1. Основная литература 17
5.1.2. Дополнительная литература 18
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 19
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 20
5.4.1. Средства информационных технологий 20
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 20
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 20
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 21
5.6. Образовательные технологии 21
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **22**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере понимания бренда как инструмента рыночной деятельности и маркетинга, изучение зарубежных и российских практик по эффективному внедрению управления брендами, формирование комплекса знаний и умений в решении практических задач по созданию и управлению торговой маркой медиапродуктов с их последующим применением в профессиональной деятельности

Задачи дисциплины (модуля):

- обеспечить изучение роли и места бренда в повышении конкурентоспособности предприятий и организаций;
- обеспечить изучение связи системы развития бренда с бизнес-стратегией развития предприятия;
- обеспечить формирование навыков эффективного использования основных инструментов и технологии бренд-менеджмента для реализации целей развития предприятий и организаций;
- обеспечить формирование навыков рационального использования методики оценки эффективности реализации мероприятий в области построения бренда;
- формировать навыки по организации работы бренд-менеджеров по вопросам осуществления текущих и перспективных мероприятий маркетинговой и рекламной деятельности предприятий и организации.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-5 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-5.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК-5.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации	Знать: творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: решать поставленные задачи при работе над индивидуальном и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*12*	*12*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	45	45			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	12	12			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	92	92			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 6)											
Раздел 1. Сущность и виды специальных событий	**24**	**12**	**22**	**6**		**12**				**4**	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 1.1. Медиасреда как пространство реализации специальных событий	18	6	12	4		6				2	
Тема 1.2. Принцип RACE и исследовательская база для реализации специальных событий	16	6	10	2		6				2	
Раздел 2. Инструменты реализации специальных событий	**39**	**17**	**22**	**6**		**12**				**4**	
Тема 2.1. Тон оф войзв специальных событиях, виды тон оф войз, правила формирования	22	10	12	4		6				2	
Тема 2.2. Нью-медиа – основа реализации специальных событий	17	7	10	2		6				2	
Раздел 3. Стратегии и преимуществ продвижения через специальные события	**38**	**16**	**22**	**6**		**12**				**4**	
Тема 3.1. Стратегии коммуникации и планирование специальных событий	20	8	12	4		6				2	
Тема 3.2. Оценка преимуществ продвижения через специальные события	18	8	10	2		6				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**108**	**45**	**54**	**14**		**28**				***12***	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	Самостоятельная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 Сессия 1-2)											
Раздел 1. Сущность и виды специальных событий	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Медиасреда как пространство реализации специальных событий	17	15	2	2							
Тема 1.2. Принцип RACE и исследовательская база для реализации специальных событий	17	15	2			2					
Раздел 2. Инструменты реализации специальных событий	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Тон оф войзв специальных событиях, виды тон оф войз, правила формирования	17	15	2	2							
Тема 2.2. Нью-медиа – основа реализации специальных событий	17	15	2			2					
Раздел 3. Стратегии и преимуществ продвижения через специальные события	**36**	**32**	**4**			**4**					
Тема 3.1. Стратегии коммуникации и планирование специальных событий	18	16	2			2					
Тема 3.2. Оценка преимуществ продвижения через специальные события	18	16	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**108**	**92**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Тема 1.1. Медиасреда как сфера продвижения специальных событий

Перечень изучаемых элементов содержания:

Типология современных медиа – по носителю, территории, специализации, возрасту и полу аудитории, качественной или массовой направленности и т.д. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа.Тенденция к переходу коммуникационных кампаний в нью-медиа.

Тема 1.2. Принцип RACE и исследовательская база для реализации специальных событий

Перечень изучаемых элементов содержания:

СутьподходаRACE – research, action, communication, evaluation. Исследования социологической школы (опросы, статистические метрики, контент-анализ). Исследования психологической школы (наблюдение, инструментальные исследования), в том числе нейропсихологии. Медиа-

метрики (количество контактов, рейтинг и др.). Автоматизированные сервисы получения данных и организации коммуникации – Медиалогия, Brandanalytics, Pressfeed и др.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Форма практического задания: выступления/презентации, дискуссия по темам выступлений

Вопросы для подготовки выступлений/презентаций:

1. Планирование специальных событий с использованием нескольких коммуникационных инструментов.
2. Управление коммуникациями с точки зрения выбора стратегии специальных событий.
3. Принципы выбора медиа для реализации специальных событий.
4. Нейромаркетинг – новые подходы к специальным событиям
5. Специальные события и новые социально-демографические теории – Теория поколений, Спиральная динамика и др.
6. Понятие синергетического эффекта в специальных событиях. Современные тенденции.
7. Модель процесса коммуникации в рамках специальных событий RACE.
8. Выявление целевой аудитории, основные виды исследований для проведения специальных событий.
9. Виды коммуникационных стратегий специальных событий
10. Специальные события в нью-медиа

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля обучающихся: *контрольная работа*

РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Тема 2.1. Тон оф войз в специальных событиях, виды тон оф войз, правила формирования

Перечень изучаемых элементов содержания:

Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в коммуникационной деятельности, вербальные и невербальные составляющие.

Тема 2.2. Нью-медиа – основа реализации специальных событий

Перечень изучаемых элементов содержания

Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа. Обеспечение траффика (органический траффик, таргетированная и контекстная реклама). Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Форма практического задания: выступления/презентации, дискуссия по темам выступлений

Вопросы для подготовки выступления/презентации:

1. Новые профессии в специальных событиях
2. Особенности нью-медиа по сравнению с традиционными медиа.
3. Феномен тон оф войз в современной коммуникационной практике.
4. Партизанский и вирусный контент как инструменты специальных событий
5. Оценка вовлеченности аудитории специальных событий
6. Ньюз-джекинг в современной коммуникационной кампании
7. «Вечнозеленый» контент и его жанровые разновидности, виды контента коммуникационных кампаний
8. Интеграция связей с общественностью, рекламы, диджитал-продвижения, прямых продаж в рамках подготовки и проведения специальных событий
9. Контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа
10. Виды специальных событий

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Формы контроля работы обучающихся: *контрольная работа*

РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИИ И ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДВИЖЕНИЯ ЧЕРЕЗ СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ

Тема 3.1. Стратегии коммуникации и планирование специальных событий

Перечень изучаемых элементов содержания:

Предпосылки выбора стратегии коммуникационной кампании – экстенсивной, интенсивной, доверительной, кризисной. Определение ресурсов, необходимых для реализации коммуникационной кампании. Документирование хода коммуникационной кампании.

Тема 3.2. **Оценка преимуществ продвижения через специальные события**

Перечень изучаемых элементов содержания:

Интеграция рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, журналистики, партизанского маркетинга для достижения максимального эффекта коммуникационной кампании. Мультифункциональность, трансформация традиционного пула профессий, новые компетенции. Партизанский и вирусный контент, как низкобюджетные инструменты коммуникационной кампании.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практических занятий: СТРАТЕГИИ И ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДВИЖЕНИЯ ЧЕРЕЗ СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ

Форма практического задания: выступления/презентации, дискуссия по темам выступлений

Вопросы для подготовки выступлений/презентаций:

1. Особенности работы с подрядчиками специальных событий.
2. Визуализация как преимущество контента в рамках современной коммуникационной кампании
3. Привлечение инфлюенсеров и лидеров мнений. Работа с персонификаций специального события.
4. Сторителлинг как новый мета-жанр освещения специальных событий.
5. Специальное событие как способ экономии ресурсов.
6. Документооборот специальных событий, субъекты и объекты специальных событий
7. Особенности сценариев современных специальных событий.
8. Типологическая система современных специальных событий
9. Анализ эффективности специальных событий

Формы контроля работы обучающихся: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Сущность и виды специальных событий	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Инструменты реализации специальных событий	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Стратегии и преимуществ продвижения через специальные события	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Основные принципы подходак созданию специальных событий
2. Характерные особенности специальных событийв составе коммуникационной кампании, их синергия.
3. Специфика работы специалиста по специальным событиям.
4. Выбор разновидности специального события для реализации.
5. Типология современных специальных событий.
6. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа.
7. Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа.

Перечень тем рефератов к Разделу 1

1. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа.
2. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для реализации специальных событий. Основные принципы нейромаркетинга.
3. Сенсорный маркетинг и специальные события – виды, оценка эффективности.
4. Теория поколений какновый способ сегментации аудитории специальных событий.
5. «Спиральная динамика» какновый способ сегментации аудитории специальных событий.
6. Современные методы измерения эффективности специальных событий.
7. Способы повышения медийностиспециальных событий.
8. Перспективы развития интегрированных коммуникаций в сфере специальных событий

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Составление семантического ядра и контентного плана для коммуникационной работы на определенную аудиториюспециальных событий.
2. Выбор тон оф войздля коммуникационной работы на определенную аудиториюспециальных событий.
3. Создание интегрированной платформы сенсорного воздействия для работы на определенную аудиториюспециальных событий.
4. Создание контента для продвижения специальных событийна основе ключевых слов, семантического ядра.
5. Контентный план, как основа коммуникационной кампанииспециальных событий
6. Анализ результатов специальных событийс использованием автоматизированных сервисов
7. Современная жанровая система контента коммуникационных кампаний по продвижению специальных событий. Феномен сторителлинг.

Перечень тем рефератов к Разделу 2

1. Роль заголовочного комплекса, структуры текста для «чтения по диагонали».дочитываемость и доскраливаемость для продвижения специальных событий.
2. Дистрибуция контента коммуникационной кампании по продвижению специальных событий, виды дистрибуции.
3. Синергия рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, директ-мейла и др. инструментов в рамках кампании по продвижению специальных событий.
4. Феномен вирусного контента, особенности создания и функционирования
5. Феномен современныхинфлюенсеров. Их роль в успехе специальных событий
6. Специальные событияв интернете, специфика
7. Преимущества комплексных специальных событий
8. Тенденции в области организации специальных событий

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Финансирование события и распределение бюджета мероприятий.
2. Организация и проведение пресс-конференций.
3. Методы определения целевой аудитории при планировании событийного мероприятия.
4. Типология специальных мероприятий.

5. Организация участия в выставке. Организация и проведение презентаций.
6. Организация и проведение конференций.
7. Организация и проведение пресс-туров.

Перечень тем рефератов к Разделу 3

1. Роль корпоративных мероприятий в улучшении микроклимата коллектива.
2. Виды корпоративных мероприятий.
3. Спонсорство и благотворительность.
4. Техническое обеспечение событийного мероприятия.
5. Оценка эффективности специальных мероприятий.
6. Мониторинг прессы после проведения специального мероприятия.
7. Правила взаимоотношений с представителями СМИ при проведении специальных мероприятий.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения исциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (выступления, презентации, контрольные работы и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Сущность и виды специальных событий**	Контрольная работа	1. Коммуникационная кампания 2. Интерактивная функция коммуникации 3. Информационная среда 4. Целевая аудитория 5. Коммуникативная эффективность 6. Медиасфера 7. «Информационное общество» 8. Каналы коммуникации, относящиеся к медиасфере 9. Нью-медиа 10. Факторы выбора медиа для сотрудничества
2	**Раздел 2. Инструменты реализации специальных событий**	Контрольная работа	1.Коммуникационные стратегии 2.RACE : содержание, примеры 3.Теория поколений, «спиральная динамика» для сегментации аудитории 4.Современные автоматизированные системы анализа эффективности коммуникационных кампаний 5.Сервисы повышения медийности коммуникационных кампаний 6.Особенности планирования коммуникационных кампаний 7.Определение необходимых ресурсов для коммуникационной кампании 8.Нью медиа 9.Типология современных медиа 10. Проблемы современных коммуникационных кампаний
3	**Раздел 3. Стратегии и преимуществ продвижения через специальные события**	Контрольная работа	1. Семантическое ядро, ключевые слова 2. Вечнозеленый контент, ньюзджекинг 3. Контентный план 4.Элементы связей с общественностью в коммуникационной кампании 5. Элементы рекламы в коммуникационной кампании 6. Элементы персональной продажи в коммуникационной кампании 7. Директ-мейл в коммуникационной кампании 8.Ньюз джекинг 9. Сторителлинг 10. Вирусный контент 11. Инфлюенсеры и лидеры мнений 12. Тон оф войз 13. Дистрибьюция контента в рамках коммуникационной кампании 14. Вовлеченность участников специальных событий

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-5	Основные принципы подхода к специальным событиям Характерные особенности инструментов коммуникаций при организации специальных событий. Специфика работа специалиста по коммуникациям в рамках организации специальных событий. Выбор стратегий организации специальных событий– экстенсивная, интенсивная, доверительных отношений, конкурентная. Типология специальных событий. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для целей организации специальных событий. Основные принципы нейромаркетинга. Перспективы развития организации специальных событий в Информационном обществе. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа для продвижения специальных событий. Отличительные особенности и виды специальных событий. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа – для продвижения специальных событий. Инфлюенсеры специальных событий Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в организации специальных событий, вербальные и невербальные составляющие. Современные методы измерения эффективности организации специальных событий. Способы повышения медийности сообщений в рамках организации специальных событий. Новая жанровая система медиа и нью-меди для продвижения специальных событий Правила создания контента – «вечнозеленый», ньюзджекинг и тд для продвижения специальных событий Организация пространства и атмосферы на показе. Показ-инсталляция Основные виды модных показов. Событийный PR. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации) презентации. Организация презентаций. Corporate events. Виды corporate events. Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании и персон Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты Организация специальных мероприятий (выставки, церемонии, премьеры, модные показы). Специальные мероприятия на премьерах и показах. Теоретические основы событийного PR.

	Планирование и организация специальных событийных проектов. Основная документация при планировании специальных событийных проектов. Формирование и управление проектной командой Понятие специального мероприятия. Виды аудиторий и мероприятий. Формы работы пресс-службы со СМИ. Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR. Практические аспекты использования событийного PR. Виды специальных мероприятий. Вопросы для подготовки к экзамену Понятие и содержание событийного маркетинга. Понятие «событийное мероприятие». Признаки событийного мероприятия. Классификация событийных мероприятий. Определение целевой аудитории при планировании специального мероприятия. Разработка идеи, целей и задач специального мероприятия. Разработка концепции специального мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. Планирование и распределение времени. Тематический и сценарный план мероприятия. Паспорт мероприятия. Особенности организации конференции. Особенности организации круглого стола. Особенности организации дня открытых дверей. Особенности организации церемонии открытия. Особенности организации презентации. Подготовка и проведение пресс-конференции. Подготовка и проведение пресс-тура. Организация участия в выставке. Информационное обеспечение специального мероприятия. Техническое обеспечение специального мероприятия. Финансовое обеспечение специального мероприятия. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их капитала. Техника безопасности. Охрана специального мероприятия. Обучение персонала при проведении специального мероприятия. Работа с привлеченным персоналом. Корпоративные мероприятия. Виды корпоративных мероприятий. Реклама специальных мероприятий. Способы продвижения специальных мероприятий. Фандрайзинг. Основные риски и ошибки специальных мероприятий. Анализ результатов специального мероприятия. Оценка эффективности специального мероприятия. Составление отчета о проведенном мероприятии.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

18674-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/518856.
Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/533340 .
Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 484 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – Текст : электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17729-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/545086.
Овсянников, А. А. Стратегический и операционный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/545089
Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536446 .
Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 . – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих	https://e.lanbook.com/

	"ЛАНЬ"	издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/

3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 9
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 14
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 14
3.2. Задания для самостоятельной работы 14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 18
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 19
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 19
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 19
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 20
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 22
4.36. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 25
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 25
5.1.1. Основная литература 25
5.1.2. Дополнительная литература 25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 27
5.4.1. Средства информационных технологий 27
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 28
5.6. Образовательные технологии 28
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Стратегическое планирование интегрированных коммуникаций» заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере в области современных интегрированных коммуникаций как науки, отрасли бизнеса и средства политики с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины(модуля):

- способствовать формированию у студентов знания о различных аспектах деятельности в области маркетинговых коммуникаций;
- способствовать обеспечению знаниями и необходимыми навыками по совместному применению инструментов PR и рекламы в плане более эффективного воздействия на целевую аудиторию коммуникационной программы компании, бренда;
- сформировать навыки применения моделей, концепций интегрированных коммуникаций, а также интеграции различных техник и приемов продвижения в единую маркетинговую коммуникативную стратегию предприятия.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	*Знать:* *технологии современных интегрированных коммуникаций, моделей, концепций интегрированных коммуникаций* *Уметь:* *осуществлять применение интеграции различных техник и приемов продвижения в единую маркетинговую коммуникативную стратегию предприятия*

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	110	110			
Лекционные занятия	36	28			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	72	56			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	24	24			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	90	90			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	26	26			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	16	16			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	183	183			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**									
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**							
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 6)										

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
РАЗДЕЛ 1. Стратегия и тактика коммуникаций	**34**	**14**	**20**	**8**		**8**				**4**	
Тема 1.1. Стратегия и тактика PR	17	7	10	4		4				2	
Тема 1.2. Стратегия и тактика коммуникаций, связь с бизнес-стратегией компании	17	7	10	4		4				2	
РАЗДЕЛ 2. Ситуационный анализ до начала разработки стратегии	**34**	**14**	**20**	**8**		**8**				**4**	
Тема 2.1. Анализ ситуации: бизнес-задача (задачи), репутация, информационное поле, риски и возможности	17	7	10	4		4				2	
Тема 2.2. Анализ ситуации: риски и возможности	17	7	10	4		4				2	
РАЗДЕЛ 3. Целевые аудитории	**34**	**14**	**20**	**6**		**10**				**4**	
Тема 3.1. Целевые аудитории: описание и анализ, задачи по взаимодействию	15	7	8	2		4				2	
Тема 3.2. Целевые аудитории: ожидаемые результаты	19	7	12	4		6				2	
РАЗДЕЛ 4. Разработка концепции PR-стратегии	**34**	**14**	**20**	**6**		**10**				**4**	
Тема 4.1. Разработка концепции PR-стратегии: определение этапов реализации	15	7	8	2		4				2	
Тема 4.2. Разработка концепции PR-стратегии: подходы к оценке эффективности каждого этапа	19	7	12	4		6				2	
РАЗДЕЛ 5. Реализация стратегии	**36**	**16**	**20**	**6**		**10**				**4**	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Тема 5.1. Реализация стратегии: собственные каналы и инструменты компании	16	8	8	2		4				2	
Тема 5.2. Реализация стратегии: внешние каналы и инструменты компании. Работа с сообществами	20	8	12	4		6				2	
РАЗДЕЛ 6. Риск-менеджмент. Антикризисные коммуникации	**38**	**18**	**20**	**6**		**10**				**4**	
Тема 6.1. Риск-менеджмент	17	9	8	2		4				2	
Тема 6.2. Антикризисные коммуникации	19	9	12	4		6				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**										
Общий объем, часов	**216**	**90**	**108**	**28**		**56**				**24**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 семестр 1-2)											
РАЗДЕЛ 1. Стратегия и тактика коммуникаций	**33**	**30**	**3**	**1**		**2**					
Тема 1.1. Стратегия и	16	15	1			1					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
тактика PR											
Тема 1.2. Стратегия и тактика коммуникаций, связь с бизнес-стратегией компании	17	15	2	1		1					
РАЗДЕЛ 2. Ситуационный анализ до начала разработки стратегии	**33**	**30**	**3**	**1**		**2**					
Тема 2.1. Анализ ситуации: бизнес-задача (задачи), репутация, информационное поле, риски и возможности	16	15	1			1					
Тема 2.2. Анализ ситуации: риски и возможности	17	15	2	1		1					
РАЗДЕЛ 3. Целевые аудитории	**33**	**30**	**3**	**1**		**2**					
Тема 3.1. Целевые аудитории: описание и анализ, задачи по взаимодействию	16	15	1			1					
Тема 3.2. Целевые аудитории: ожидаемые результаты	17	15	2	1		1					
РАЗДЕЛ 4. Разработка концепции PR-стратегии	**33**	**30**	**3**	**1**		**2**					
Тема 4.1. Разработка концепции PR-стратегии: определение этапов реализации	16	15	1			1					
Тема 4.2. Разработка концепции PR-стратегии: подходы к оценке эффективности каждого этапа	17	15	2	1		1					
РАЗДЕЛ 5. Реализация стратегии	**36**	**30**	**6**	**2**		**4**					
Тема 5.1. Реализация стратегии: собственные каналы и инструменты	18	15	3	1		2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	***Лекционные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Практические занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Лабораторные занятия***	*из них: в форме практической подготовки*	***Консультации***	*из них: в форме практической подготовки*
компании											
Тема 5.2. Реализация стратегии: внешние каналы и инструменты компании. Работа с сообществами	18	15	3	1		2					
РАЗДЕЛ 6. Риск-менеджмент. Антикризисные коммуникации	**37**	**31**	**6**	**2**		**4**					
Тема 6.1. Риск-менеджмент	18	15	3	1		2					
Тема 6.2. Антикризисные коммуникации	19	16	3	1		2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**216**	**181**	**24**	**8**		**16**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Стратегия и тактика коммуникаций

Тема 1.1. Стратегия и тактика PR

Перечень изучаемых элементов содержания

Терминология, которая будет использована на протяжении курса. Что такое PR-стратегия, чем она отличается от PR-плана.

Тема 1.2. Стратегия и тактика коммуникаций, связь с бизнес-стратегией компании

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие стратегии, понятие тактики: отличия, примеры, процесс. Коммуникационная стратегия: виды, этапы разработки. Разработка коммуникационной стратегии компании.

Задания к практическим занятиям раздела 1.

Тема практического занятия 1.1.: Стратегия и тактика PR

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Из какой сферы заимствованы термины «стратегия» и «тактика»?
2. Как соотносятся понятия «коммуникативная стратегия» и «коммуникативная тактика»?
3. Каковы основные виды коммуникативных стратегий?
4. В чем сущность манипулятивных стратегий?
5. Что означает термин «конвенциональность»?
6. Дайте характеристику конвенциональных коммуникативных стратегий.

7. Дайте характеристику презентационных коммуникативных стратегий.
8. Приведите конкретные примеры применения основных видов коммуникативных стратегий.

Тема практического занятия 1.2.: Стратегия и тактика коммуникаций, связь с бизнес-стратегией компании

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Понятия коммуникативной стратегии, тактики, намерения.
2. Манипулятивные стратегии
3. Конвенциональные стратегии
4. Презентационные стратегии

Рубежный контроль к разделу 1.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. Ситуационный анализ до начала разработки стратегии

Тема 2.1. Анализ ситуации: бизнес-задача (задачи), репутация, информационное поле, риски и возможности

Перечень изучаемых элементов содержания

Комплексный анализ ситуации до начала разработки стратегии, включая ситуацию на рынке, бизнес-задачи компании, существующие и потенциальные риски и возможности. Репутационный аудит – инструмент оценки текущей репутации компании/продукта/услуги и пр. Анализ информационного поля: присутствие компании/брендов/продуктов/услуг в СМИ, личное и профессиональное позиционирование спикеров, вписанность тематики в повестку дня. Выводы по результатам анализа ситуации.

Тема 2.2. Анализ ситуации: риски и возможности

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие риска, типология рисков. Мероприятия по снижению и преодолению рисков.

Задания к практическим занятиям раздела 2.

Тема практического занятия 2.1.: Анализ ситуации: бизнес-задача (задачи), репутация, информационное поле,
риски и возможности.

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Цель анализа и оценка применяемой стратегии
2. SWOT-анализ
3. Стратегический стоимостный анализ
4. Оценка силы конкурентной позиции фирмы
5. Определение предпочтительных стратегических действий фирмы

Тема практического занятия 2.2.: Анализ ситуации: риски и возможности

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Построение модели проблемной ситуации социальной и маркетинговой среды
2. Виды ситуационного анализа, роль исследовательских технологий в его реализации
3. Типология социологических и маркетинговых исследований, их связь с PR-деятельностью
4. Методические основы проведения исследований

Рубежный контроль к разделу 2.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. Целевые аудитории

Тема 3.1. Целевые аудитории: описание и анализ, задачи по взаимодействию

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение и описание целевых аудиторий, приоритезация, задачи по взаимодействию с каждой аудиторией.

Тема 3.2. Целевые аудитории: ожидаемые результаты

Перечень изучаемых элементов содержания

Роль конкретной аудитории в реализации стратегии и достижении результатов.

Ожидаемые результаты по итогам взаимодействия с каждой целевой аудиторией.

Задания к практическим занятиям раздела 3.

Тема практического занятия 3.1.: Целевые аудитории: описание и анализ, задачи по взаимодействию

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Перечислите факторы, оказывающие влияние на выбор целевой аудитории.
2. Какие типы целевой аудитории вам известны?
3. В чем состоит сущность классификации потребителей по степени их приверженности торговой марке?
4. Как основные классы целевых аудиторий связаны с процессом совершения покупки?
5. Какие подгруппы целевых аудиторий Вам известны?
6. В состоит сущность метода рычага при выборе целевой аудитории?
7. В чем разница между рычагом затрат и рычагом прибыли?
8. Что такое потерянная величина сбыта?
9. В чем заключаются функциональные цели поведения целевой аудитории?

Тема практического занятия 3.2.: Целевые аудитории: ожидаемые результаты

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

1. Опишите целевое поведение по группам покупателей в зависимости от степени лояльности и функциональных подцелей.
2. В чем заключаются цели в отношении пробных покупок?
3. В чем заключаются цели в отношении повторных покупок?
4. Что такое модель последовательного поведения потребителей?
5. Опишите основные этапы модели последовательного поведения потребителей.
6. В чем состоит зависимость между стадиями реакции покупателя и моделью поведения?
7. В чем состоят основные роли людей в процессе совершения покупки?
8. Приведите пример модели последовательного поведения потребителей в процессе покупки на рынке массовых товаров.

Рубежный контроль к разделу 3.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 4. Разработка концепции PR-стратегии

Тема 4.1. Разработка концепции PR-стратегии: определение этапов реализации

Перечень изучаемых элементов содержания

Содержание стратегии – концепция, ключевые сообщения, этапы реализации, выбор каналов и инструментов результатов.

Тема 4.2. Разработка концепции PR-стратегии: подходы к оценке эффективности каждого этапа

Перечень изучаемых элементов содержания

Оценка промежуточных результатов, оценка итоговых

Задания к практическим занятиям раздела 4.

Тема практического занятия 4.1.: Разработка концепции PR-стратегии: определение этапов реализации

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

Опишите содержание концепции PR-стратегии на конкретном товаре/услуги/бренде (выбирается самостоятельно по согласованию с преподавателем)

Тема практического занятия 4.2.: Разработка концепции PR-стратегии: подходы к оценке эффективности каждого этапа

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

Дайте оценку промежуточных и итоговых результатов предложенной PR-стратегии конкретного товара/услуги/бренда (выбирается самостоятельно по согласованию с преподавателем)

Рубежный контроль к разделу 4.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 5. Реализация стратегии

Тема 5.1. Реализация стратегии: собственные каналы и инструменты компании

Перечень изучаемых элементов содержания

Донесение ключевых сообщений через собственные каналы кампании, включая сайт, группы в социальных сетях, корпоративные СМИ, мероприятия. Сотрудники как целевая аудитория и как канал распространения информации. Взаимодействие подразделений внутри компании для достижения результата.

Тема 5.2. Реализация стратегии: внешние каналы и инструменты компании. Работа с сообществами

Перечень изучаемых элементов содержания

Работа со СМИ; форматы работы со СМИ и особенности; специальные проекты и события, партнерские, благотворительные и волонтерские проекты; формирование активных сообществ и работа с ними; формирование пула «послов» и «адвокатов» компании/бренда/продукта.

Задания к практическим занятиям раздела 5.

Тема практического занятия 5.1.: Реализация стратегии: собственные каналы и инструменты компании

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

Каким образом достичь значительной эффективности коммуникационного воздействия?

Какова главная цель специалиста по медиапланированию?

В какой момент времени эффективная реклама должна демонстрировать потребителю продукт?

Какие ключевые определения медиапланирования вы знаете?

Тема практического занятия 5.2.: Реализация стратегии: внешние каналы и инструменты компании. Работа с сообществами

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы

Темы контрольных:

Раскройте структуру эффектов интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Объясните метод создания модели комплексной оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Перечислите состояния покупательской готовности потребителей и применимость коммуникационных инструментов на этих стадиях.

Назовите две группы методов комплексной оценки эффективности рекламной кампании. На примере конкретной организации разработайте авторский метод комплексной оценки.

Дайте определение «измерение аудитории»?

Перечислите показатели медиа-планирования.

Дайте характеристику каждому показателю медиа-планирования в оценке потребительской аудитории?
Как оценивают рекламную кампанию субъекты рекламной деятельности?
Рубежный контроль к разделу 5.
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 6. Риск-менеджмент. Антикризисные коммуникации
Тема 6.1. Риск-менеджмент
Перечень изучаемых элементов содержания
Коммуникационные риски. Риск-менеджмент: анализ и учет потенциальных репутационных рисков и кризисов, план по их минимизации и по антикризисным коммуникациям.
Тема 6.2. Антикризисные коммуникации
Перечень изучаемых элементов содержания
Антикризисные стратегии и планы, порядок действий в кризисной ситуации, план мероприятий по минимизации рисков на всем протяжении реализации стратегии.
Задания к практическим занятиям раздела 6.
Тема практического занятия 6.1.: Риск-менеджмент
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы
Темы контрольных:
1. Определение ситуации
2. Определение критериев риска
3. Оценка риска. Идентификация риска
4. Оценка риска. Анализ риска
5. Оценка риска. Оценивание риска
6. Методы воздействия на риск
7. Принципы управления рисками
8. Концепция риск-менеджмента
9. Внедрение риск-менеджмента
10. Мониторинг и анализ концепции, постоянное улучшение концепции
11. Методы оценки рисков

Тема практического занятия 6.2.: Антикризисные коммуникации
Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольной работы
Темы контрольных:
1. Предпосылки становления и развития антикризисного PR в зарубежной и российской практике.
2. Жизненный цикл организации и основные задачи антикризисного управления.
3. Опыт осуществления антикризисного PR на разных стадиях развития кризисной ситуации.
4. Создание антикризисной программы, разработка позиции антикризисного реагирования.
5. Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний.
6. Методы исследований в кризисном PR. Коммуникационный аудит.
7. Оперативное реагирование на события. Взаимодействие со СМИ.
8. «Корпоративные извинения». Коммуникации, направленные на восстановление имиджа предприятия.
9. Факторы устойчивости в антикризисном PR. Корпоративная идеология.
10. Работа с персоналом в кризисной ситуации. Кадровый потенциал как фактор устойчивости.
11. Понятие реинжиниринга бизнес-процессов. Реинжиниринг в кризисном PR.
12. Адаптационный PR-менеджмент. Понятие адаптации предприятия.
13. Черный PR: основные формы, методы и инструменты.
14. СМИ как фактор манипулирования. Информационные и психологические войны.
15. Классификация рабочих документов в антикризисном PR.

16. Риск-менеджмент в PR. Управление информационными рисками.
17. Технологии антикризисного PR. Стратегия и тактика антикризисных мер.

Рубежный контроль к разделу 6.
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
РАЗДЕЛ 1. Стратегия и тактика коммуникаций	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
РАЗДЕЛ 2. Ситуационный анализ до начала разработки стратегии	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
РАЗДЕЛ 3. Целевые аудитории	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
РАЗДЕЛ 4. Разработка концепции PR-стратегии	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
РАЗДЕЛ 5. Реализация стратегии	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
РАЗДЕЛ 6. Риск-менеджмент. Антикризисные коммуникации	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

Что такое совещание?
Какие типы совещаний существуют?
Какие задачи могут решаться на совещании?
Какие виды презентаций существуют?
Как можно отличить презентацию от публичной речи?

Темы контрольных работ к Разделу 1:

Какие коммуникации являются приоритетными у руководителя сегодня?
Как преодолевать коммуникативные барьеры?
Какие риски встречаются в переговорного процессе?
Как развивать коммуникативную компетенцию?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Что собой представляет метод карты восприятия?
2. Что собой представляет метод контент-анализа?
3. Что собой представляет качественные методы исследования?
4. Что собой представляет личное собеседование (интервью)?
5. Что собой представляет метод телефонное интервью?
6. Что собой представляет характеристика метода «фокус-групп»?

7. Что собой представляет требования к личности модератор фокус –групп?
8. Что собой представляет метод наблюдения коммуникациях?
9. Что собой представляет смешанные методы исследования?

Темы контрольных работ к Разделу 2:

1. Что собой представляет метод Hall-тесты?
2. Что собой представляет метод антропоморфизм в рекламе?
3. Что собой представляет метод ассоциативный тест?
4. Что собой представляет метод двусмысленное утверждение?
5. Что собой представляет метод деловая игра?
6. Что собой представляет метод дневник потребителя?
7. Что собой представляет метод анализа движения глаз)?
8. Что собой представляет исследование в форме беседы?
9. Что собой представляет метод «дневника»?
10. Что собой представляет методика Осгуда?
11. Что собой представляет методика Шварца?
12. Что собой представляет метод «Дельфи»?
13. Что собой представляет метод исследование методом CAPI?
14. Что собой представляет метод невербальных связей?
15. Что собой представляет метод эксперимента в исследовании коммуникации?
16. Почему надо разделять два типа экспериментов: лабораторные и полевые?
17. Что собой представляет метод «Мистерия шоппинг»?
18. Что собой представляет метод проективные методики?
19. Что собой представляет метод словесные ассоциации?
20. Что собой представляет метод завершение предложений и историй?
21. Что собой представляет методика “коллаж”?
22. Что собой представляет метод ролевые игры?
23. Что собой представляет метод списки покупок.?
24. Что собой представляет сортировка картинок?
25. Что собой представляет методика трансформации?
26. Что собой представляет методика “Вечеринка” (party game)?
27. Что собой представляет метод тестирования товара вслепую?
28. Что собой представляет методы онлайн – исследования коммуникаций?
29. Что собой представляет метод онлайн-чат-группы?
30. Что собой представляет метод онлайн форум-группы?
31. Что собой представляет метод дискуссии по e-mail?
32. Что собой представляет метод онлайн видео- и аудиоконференции?
33. Что собой представляет метод онлайн-дискуссии?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Что собой представляет и в каких случаях используется театральный тест?
2. Что собой представляет и в каких случаях используется тест телетрансляции в прямом эфире?
3. Как используется тест: эксперимент продаж?
4. Как проводятся прямые почтовые тесты?
5. Каковы основные этапы и средства тестирования рекламных коммуникации?
6. Что собой представляет предварительное (предтестовое) тестирование?
7. Какие три тестовых маршрута включает в себя предварительное тестирование?
8. Что собой представляет завершающее (посттестовое) исследования?
9. Что включает в себя тестирование в начале процесса создания рекламы?
10. Что включает в себя вторая стадия тестирования черновой модели рекламы?

Темы контрольных работ к Разделу 3:

1. Почему основной выпуск рекламных роликов или объявлений, интернет-рекламных кампаний начинается после их разработки и тестирования?
2. Какие средства тестирования выбираются специалистами рисерч?

3. Как используется в исследованиях технология узнаваемости рекламы?
4. Как используется в исследованиях технология припоминаемости (запоминаемости) рекламы?
5. Как используется в исследованиях технология убедительности рекламы?
6. Как используется в исследованиях технология приверженности рекламе (лояльность)?
7. Каковы основные направления исследований компании «Медиаскоп»?
8. Каковы основные направления исследований Агентство Ipsos Москва?
9. Каковы основные направления исследований Агентство MARC Москва?
10. Какова стандартная технология тестирование роликов на ТВ или Интернет?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели припоминаемость (запоминаемость) рекламы?
2. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели убедительности рекламы?
3. Почему для каждого рекламного объявления используются показатели приверженность рекламе (лояльность)?
4. Какие лабораторно-психологические методы используются в качестве измеряющих устройств?
5. Почему популярна технология А/Б-тестирования в интернет-маркетинге?
6. Почему посадочная страница – самый популярный и излюбленный объект А/Б-тестирования?
7. По какой причине практически все агентства тщательно скрывают свои технологии исследования коммуникации, тестирования рекламы?
8. Почему проводить тестирование необходимо на каждом этапе создания
9. рекламной кампании – от идеи до финальной реализации, а не только отснятый ролик или готовые макеты?
10. Какие исследовательские инструменты применяются при тестировании рекламы?
11. Что собой представляет заключительное тестирование?
12. Какие необходимо делать замеры при проведении посттестирования?

Темы контрольных работ к Разделу 4:

1. Кто является субъектом исследований, каким образом будут интерпретированы и использованы результаты исследования коммуникационной сферы?
2. В чем отличие документирования об исследованиях от маркетинга и продвижения продукта или услуги?
3. Почему для исследователя наиболее актуальным и достаточным является характеристика трех типов ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникации?
4. Какие направления включают в себя коммуникации ATL (above-the-line)?
5. Какие направления включают в себя коммуникации К BTL-коммуникации?
6. В чем вы видите единство и разницу коммуникации ATL и BTL?
7. Почему PR (public relations) считается комплексом коммуникационных программ компании, а не единственным видом коммуникации?
8. Какие направления входят в коммуникационные программы компании?
9. Какие коммуникации PR-функций компании могут стать объектом исследования?
10. Как провести исследования отношений с властными структурами, GR (Government Relations)?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5:

1. Какое значение для исследователя имеет мобильная реклама?
2. Каковы основные средства мобильной рекламы?
3. Почему эксперты предсказывают бум мобильной рекламы?

4. Что собой представляет рекламный плакат (poster) и каким образом можно оценить его эффективность?
5. В чем специфика политического плакат, как исследователь может определить эффективность его использования во времени и пространстве?
6. Какое значение для коммуникации имеют символы и логотипы, как оценить их эффективность?
7. В чем специфика и преимущество транзитной рекламы - разновидности и канал наружной медиарекламы?
8. Какие методы исследований коммуникации (рекламы -ATL) вы знаете?
9. Какие теории предлагает в своей книге исследователь СМИ и СМК Р. Харрис?
10. В чем вы видите важность для исследователя теорий воздействия ТВ на аудиторию?
11. В чем вы видите важность для исследователя теории Р. Харриса - теория социализации?
12. С помощью какого специального алгоритма формируется панельная выборка?
13. Как строятся рейтинги радио в отличии от рейтингов ТВ?
14. Как определяется популярность передач и прослушивание рекламы на радио?
15. Какие наиболее эффективные методы определения восприятия обращений целевой аудитории в СМИ?

Темы контрольных работ к Разделу 5:

1. Какие вы можете назвать методы исследования коммуникации (мероприятий BTL)?
2. Какие общепринятые показатели используются в оценке эффективности ивент-мероприятий?
3. Почему для анализа результатов используется «полоса средних значений», которая позволяет выделять бренды, значительно отличающиеся своей эффективностью или неэффективностью от большинства других?
4. Каковы метрики исследований наиболее популярных вариантов проведения промоакций производителями?
5. Какова методика исследований эффективности промоакций?
6. Как определить эффективность использования партизанского маркетинга?
7. Как определяется эффективность программы лояльности?
8. Назовите метрики исследования эффективности программ лояльности?
9. Как измерить эффективность мероприятий, реализуемых в рамках трейд-маркетинга?
10. Почему важно провести предварительное тестирование возможных рекламных средств на выставках и ярмарках в целях их целесообразности применения?
11. Если игровой маркетинг является одной из разновидностей BTL-программ, то как измерить его эффективность?
12. Как измерить эффективность использования купонов на товары / услуги, низкий процент по кредиту, призы и подарки?
13. Зачем перед персоналом выставочного стенда ставится задача фиксировать количество контактов, которые заносятся в дневник стендиста?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6:

1. Дайте объяснение почему исследования являются неотъемлемой частью формирования стратегии управления связями с общественностью?
2. Какова краткая характеристика количественных методов исследований PR?
3. Каковы преимущества и результаты проведения количественных методов исследований используемых в оценке связей с общественностью (PR)?
4. Каковы основные методы сбора количественных данных?
5. Как проводятся Интернет-опросы?
6. Как проводятся телефонные опросы?
7. Как проводятся почтовые опросы?
8. Как проводятся контент-анализ (обычно освещения в СМИ)?
9. Как проводятся оценка коммуникационной активности бренда в социальных медиа?
10. Как проводятся комментарии и иные формы обратной связи?
11. Как можно исследовать коммуникации PR политического кандидата методом наблюдения?

12. Как можно исследовать коммуникации PR на Днях открытых дверей (ДОД) методом наблюдения?

Темы контрольных работ к Разделу 6:

1. Проанализируйте и приведите примеры ребрендинга территорий (5 примеров)
2. Опишите примеры ребрендинга Товаров (5 примеров)
3. Опишите примеры ребрендинга Услуг (5 примеров)

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение

установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*
практические задания	*40*

из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Стратегия и тактика коммуникаций	Контрольная работа	Дайте характеристику интегрированным коммуникации в среде Интернет (на примере)
2	РАЗДЕЛ 2. Ситуационный анализ до начала разработки стратегии	Контрольная работа	Программа лояльности в системе интегрированных коммуникаций (на примере)
3	РАЗДЕЛ 3. Целевые аудитории	Контрольная работа	Креативные формы и каналы коммуникаций в системе интегрированных коммуникаций (на примере)
4	РАЗДЕЛ 4. Разработка концепции PR-стратегии	Контрольная работа	Брендовые коммуникации торговой организации региональном автомобильном рынке (на примере «Авторай»)
5	РАЗДЕЛ 5. Реализация стратегии	Контрольная работа	Управление брендами в условиях группы компаний (на примере …….)
6	РАЗДЕЛ 6. Риск-менеджмент. Антикризисные коммуникации	Контрольная работа	Представьте/опишите/разработайте формирование бренда фитнес-клуба «XXXX» средствами интегрированных коммуникаций

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Предпосылки становления и развития антикризисного PR в зарубежной и российской практике. 2. Жизненный цикл организации и основные задачи антикризисного управления. 3. Опыт осуществления антикризисного PR на разных стадиях развития кризисной ситуации. 4. Создание антикризисной программы, разработка позиции антикризисного реагирования. 5. Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний. 6. Методы исследований в кризисном PR. Коммуникационный аудит. 7. Оперативное реагирование на события. Взаимодействие со СМИ. 8. «Корпоративные извинения». Коммуникации, направленные на восстановление имиджа предприятия. 9. Факторы устойчивости в антикризисном PR. Корпоративная идеология. 10. Работа с персоналом в кризисной ситуации. Кадровый потенциал как фактор устойчивости. 11. Понятие реинжиниринга бизнес-процессов. Реинжиниринг в кризисном PR. 12. Адаптационный PR-менеджмент. Понятие адаптации предприятия. 13. Черный PR: основные формы, методы и инструменты. 14. СМИ как фактор манипулирования. Информационные и психологические войны. 15. Классификация рабочих документов в антикризисном PR. 16. Риск-менеджмент в PR. Управление информационными рисками. 17. Технологии антикризисного PR. Стратегия и тактика антикризисных мер. 18. Методы воздействия на риск 19. Принципы управления рисками 20. Концепция риск-менеджмента 21. Внедрение риск-менеджмента 22. Мониторинг и анализ концепции, постоянное улучшение концепции 23. Методы оценки рисков 24. Раскройте структуру эффектов интегрированных маркетинговых коммуникаций. 25. Объясните метод создания модели комплексной оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций. 26. Перечислите состояния покупательской готовности потребителей и применимость коммуникационных инструментов на этих стадиях. 27. Назовите две группы методов комплексной оценки эффективности рекламной кампании. На примере конкретной организации разработайте авторский метод комплексной оценки. 28. Дайте определение «измерение аудитории»?

	29. Перечислите показатели медиа-планирования. 30. Дайте характеристику каждому показателю медиа-планирования в оценке потребительской аудитории? 31. Как оценивают рекламную кампанию субъекты рекламной деятельности? 32. Каким образом достичь значительной эффективности коммуникационного воздействия? 33. Какова главная цель специалиста по медиапланированию? 34. В какой момент времени эффективная реклама должна демонстрировать потребителю продукт? 35. Какие ключевые определения медиапланирования вы знаете? 36. Опишите целевое поведение по группам покупателей в зависимости от степени лояльности и функциональных подцелей. 37. В чем заключаются цели в отношении пробных покупок? 38. В чем заключаются цели в отношении повторных покупок? 39. Что такое модель последовательного поведения потребителей? 40. Опишите основные этапы модели последовательного поведения потребителей. 41. В чем состоит зависимость между стадиями реакции покупателя и моделью поведения? 42. В чем состоят основные роли людей в процессе совершения покупки? 43. Приведите пример модели последовательного поведения потребителей в процессе покупки на рынке массовых товаров. 44. Перечислите факторы, оказывающие влияние на выбор целевой аудитории. 45. Какие типы целевой аудитории вам известны? 46. В чем состоит сущность классификации потребителей по степени их приверженности торговой марке? 47. Как основные классы целевых аудиторий связаны с процессом совершения покупки? 48. Какие подгруппы целевых аудиторий Вам известны? 49. В состоит сущность метода рычага при выборе целевой аудитории? 50. В чем разница между рычагом затрат и рычагом прибыли? 51. Что такое потерянная величина сбыта? 52. В чем заключаются функциональные цели поведения целевой аудитории? 53. Построение модели проблемной ситуации социальной и маркетинговой среды 54. Виды ситуационного анализа, роль исследовательских технологий в его реализации 55. Типология социологических и маркетинговых исследований, их связь с PR-деятельностью 56. Методические основы проведения исследований 57. Цель анализа и оценка применяемой стратегии 58. SWOT-анализ 59. Стратегический стоимостный анализ 60. Оценка силы конкурентной позиции фирмы 61. Определение предпочтительных стратегических действий фирмы 62. Понятия коммуникативной стратегии, тактики, намерения. 63. Манипулятивные стратегии 64. Конвенциональные стратегии 65. Презентационные стратегии 66. Из какой сферы заимствованы термины «стратегия» и «тактика»?

	67. Как соотносятся понятия «коммуникативная стратегия» и «коммуникативная тактика»? 68. Каковы основные виды коммуникативных стратегий? 69. В чем сущность манипулятивных стратегий? 70. Что означает термин «конвенциональность»? 71. Дайте характеристику конвенциональных коммуникативных стратегий. 72. Дайте характеристику презентационных коммуникативных стратегий. 73. Приведите конкретные примеры применения основных видов коммуникативных стратегий.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. *Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70134 5 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3742-1. – DOI 10.23681/701345. – Текст : электронный.*
2. *Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/537250 Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/537412 .*

5.1.2. Дополнительная литература

1. *Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3057-6. – DOI 10.23681/686477. – Текст : электронный.*
2. *Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/484940).*
3. *Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 176 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06388-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/537824*
4. *Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=68647 8 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.*

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название	Описание электронного ресурса	Используемый для

	электронного ресурса		работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной

информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **5**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **9**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 9
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 12
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **13**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 13
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 13
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14
4 16
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 16
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 18
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **19**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 19
5.1.1. Основная литература 19
5.1.2. Дополнительная литература 19
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 20
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 20
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 21
5.4.1. Средства информационных технологий 21
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 21
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 22
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 22
5.6. Образовательные технологии 22
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **24**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере избирательных технологий, применительно к политическому процессу современной России с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Сформировать представление о природе современного электорального процесса
2. Сформировать навыки выявлять и анализировать основные стратегии и тактики избирательных кампаний
3. Содействовать изучению средствами и методами процесса организации и проведения избирательных кампаний
4. Обеспечить возможность изучения основные составляющие планирования, организации и проведения политических избирательных кампаний
5. Сформировать навыки применения различных методы решения организационных, медийных и других коммуникационных задач в ходе проведения избирательных кампаний

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-2; ПК-1 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Знает этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.2. Обоснованно прогнозирует результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: технологии создания политического коммуникационного продукта, нормативные требования к процессу Уметь: разрабатывать бриф, взаимодействовать с заказчиком, применять необходимые технологии

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	72	72			
Лекционные занятия	18	18			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	38	38			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	16	16			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	63	63			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	16	16			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	124	124			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	Самостоятельная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 6)											
РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе	35	15	20	6		10				4	
Тема 1.1. Роль избирательных технологий в избирательном процессе	20	8	12	4		6				2	
Тема 1.2. Содержание понятий избирательная кампания, избирательные технологии	15	7	8	2		4				2	
РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии	32	16	16	4		8				4	
Тема 2.1. Роль и место медиа в избирательных технологиях	16	8	8	2		4				2	
Тема 2.2. Обзор современных избирательных технологий	16	8	8	2		4				2	
РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании	34	16	18	4		10				4	
Тема 3.1. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России	18	8	10	2		6				2	
Тема 3.2. Модели планирования и проведения избирательных компаний	16	8	8	2		4				2	
РАЗДЕЛ 4. Когнитивный поворот в изучении политических коммуникаций	34	16	18	4		10				4	
Тема 4.1. Эффекты воздействия	18	8	10	2		6				2	
Тема 4.2. «Виртуализация» политики. Специфика сетевых взаимодействий	16	8	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**63**	**72**	**18**		**38**				***16***	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**Самостоятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4 Сессия 1-2)											
РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе	35	31	4	2		2					
Тема 1.1. Роль избирательных технологий в избирательном процессе	18	16	2	2							
Тема 1.2. Содержание понятий избирательная кампания, избирательные технологии	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии	35	31	4	2		2					
Тема 2.1. Роль и место медиа в избирательных технологиях	18	16	2	2							
Тема 2.2. Обзор современных избирательных технологий	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании	35	31	4	2		2					
Тема 3.1. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России	18	16	2	2							
Тема 3.2. Модели планирования и проведения избирательных компаний	17	15	2			2					
РАЗДЕЛ 4. Когнитивный поворот в изучении политических коммуникаций	35	31	4	2		2					
Тема 4.1. Эффекты воздействия	18	16	2	2							
Тема 4.2. «Виртуализация» политики. Специфика сетевых взаимодействий	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**144**	**124**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе

Тема 1.1. Роль избирательных технологий в избирательном процессе.

Перечень изучаемых элементов содержания

Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, медиация, электоральное поле.

Тема 1.2. Содержание понятий избирательная кампания, избирательные технологии

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «избирательная кампания». Избирательные циклы. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные. Субъекты и объекты – участники избирательных кампаний. Специфика организации их взаимодействия в России.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Темы практических занятий: Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе

Форма практического задания: аналитическая записка, дискуссия по выполненному заданию

Необходимо проанализировать применение избирательных технологий на примере предвыборной кампании любого политика/политической партии.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии

Тема 2.1. Роль и место медиа в избирательных технологиях

Перечень изучаемых элементов содержания

Использование инструментов связей с общественностью и рекламы в избирательном процессе. Растущая роль интернет-коммуникаций, bigdata.

Тема 2.2. Обзор современных избирательных технологий

Перечень изучаемых элементов содержания

Имиджмейкерство как избирательная технология. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха. Немедийные способы коммуникации в рамках избирательного процесса. Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Темы практических занятий: Современные избирательные технологии

Форма практического задания: аналитическая записка, дискуссия по выполненному заданию

Необходимо подготовить аналитическую записку «Использование инструментов связей с общественностью и рекламы в избирательном процессе (на примере любого политика или политической партии)».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании

Тема 3.1. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России

Перечень изучаемых элементов содержания

Типология избирательных технологий, применяемых в России и в мире. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей.

Тема 3.2. Модели планирования и проведения избирательных компаний

Перечень изучаемых элементов содержания

Разработка комплекса коммуникативных мероприятий . Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Темы практических занятий: Реализация предвыборной кампании

Форма практического задания: аналитическая записка, дискуссия по выполненному заданию

Необходимо подготовить аналитическую записку «Типология избирательных кампаний в России и мире. Сравнительный анализ».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 4. Когнитивный поворот в изучении политических коммуникаций

Тема 4.1. Эффекты воздействия

Перечень изучаемых элементов содержания

«Эффекты медиа» и методы их исследования.

Тема 4.2. «Виртуализация» политики. Специфика сетевых взаимодействий

Перечень изучаемых элементов содержания

Когнитивный поворот и новые модели анализа воздействия: фрейминг, прайминг, индексация, каскадная активация сознания. Теория когнитивного диссонанса (Л.Фестингер). Коммуникация как ритуал (Джеймс Кэри). Медиалогика (Дэвид Элтейд). Понятие формата. Значение формата. Иммерсивность экранных медиа. Медиаперформанс – ток-шоу. Понятие медиасобытия (media event) – Элия Кац и Даниэль Дайан.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Темы практических занятий: Когнитивный поворот в изучении политических коммуникаций

Форма практического задания: аналитическая записка, дискуссия по выполненному заданию

Необходимо подготовить аналитическую записку по текстам, тексты рассылаются преподавателем в электронном виде.

Кастельс, Мануэль. Гл. 3 Сети сознания и власти /Кастельс М. Власть коммуникации. Пер. с англ. Изд. ГУ ВШЭ. 2016 Стр.

Яноу, Двора, ван Хульст, Мерлин. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализ0у фреймирования// Социологическое обозрение. Т. 10 № 1-2. 2011 С. 87-113.
http://sociologica.hse.ru/data/2011/09/07/1266960174/10_1-2_10.pdf

Шуровьевски, Джеймс. Гл. 3 Обезьяна видит, обезьяна повторяет: подражание, информационные каскады и независимость. С. 55-77 /Шуровьевски Д. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум влияет на бизнес, экономику, общество и государство/Пер. с англ. М.: ООО «И.Д,Вильямс», 2007 [SHuroveski_Dzheims]_Mudrost_tolpue (BookFi.org).pdf

В записке необходимо попробовать описать все возможные инструменты.

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 4. Когнитивный поворот в изучении политических коммуникаций	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Предпосылки появления политических консультаций, эволюция консультационных услуг.
2. Становление и развитие политического консалтинга как инструмента диагностики состояния политического рынка и прогнозирования будущего состояния политических систем.
3. Научная база для обеспечения деятельности политических консультантов. Роль социологических и психологических методов исследования для обеспечения высокого качества и достоверности результатов.
4. Виды политического консультирования, особенности работы в ходе политических кампаний.
5. Субъекты и объекты политического консультирования, основы их взаимодействия – законность, конфиденциальность, особенности документооборота.
6. Национальная специфика деятельности по политическому консультированию.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

1. Предпосылки появления политических консультаций, эволюция консультационных услуг.
2. Становление и развитие политического консалтинга как инструмента диагностики состояния политического рынка и прогнозирования будущего состояния политических систем.
3. Научная база для обеспечения деятельности политических консультантов. Роль социологических и психологических методов исследования для обеспечения высокого качества и достоверности результатов.
4. Виды политического консультирования, особенности работы в ходе политических кампаний. Субъекты и объекты политического консультирования, основы их взаимодействия.
5. Национальная специфика деятельности по политическому консультированию.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Объективные и субъективные слагаемые политического выбора.
2. Изучение «избирательной конъюнктуры».
3. Сегментирование и позиционирование электорального поля.
4. Модели электората.
5. Мотивы электорального поведения.
6. Методы работы с избирателями.
7. Типы избирателей (адаптированный, автономный, отклоняющийся).
8. Падение лояльности избирателей – «колеблющийся избиратель».
9. Выбор средств общения с избирателями.
10. Виды и методы исследований.
11. Проведение опросов в ходе современных избирательных кампаний.
12. Критерии выбора исследователя (личность, опыт, новаторство, доступность, рекомендации). Качественные и количественные замеры.
13. Элементы исходного исследования (политические настроения, взгляды по важным вопросам, личность, камень преткновения для заказчика, контраст с конкурентами).
14. Базовый опрос (стандартный замер, политический блок, личностный блок, проблемный блок, информационный блок, «паспортичка»).
15. Исследования на завершающей стадии. Фокус - группы.
16. Результаты опроса как фактор воздействия на электорат.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Объективные и субъективные слагаемые политического выбора. Изучение «избирательной конъюнктуры».
2. Виды и методы исследований.
3. Результаты опроса как фактор воздействия на электорат.

4. Формирование стратегии: постановка задачи. Этапы избирательного процесса. Составление паспорта избирательного округа.
5. Подходы к формированию стратегии, стратегия на основе положительного образа. Стратегия отождествления. Стратегия кампании и активность избирателей.
6. Определение ключевой проблемы. Цели кампании. Выработка основных лозунгов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Формирование стратегии: постановка задачи. Этапы избирательного процесса. Составление паспорта избирательного округа.
2. Подходы к формированию стратегии, стратегия на основе положительного образа. Стратегия отождествления. Стратегия кампании и активность избирателей.
3. Определение ключевой проблемы. Цели кампании. Выработка основных лозунгов.
4. Предвыборная программа. Формирование бюджета.
5. Тактический рисунок. Спецпроекты. Мероприятия (основные, поддерживающие, обеспечивающие). Агитационно-рекламное направление. Использование СМИ в электоральной политике. Прямая и косвенная реклама в СМИ. Понятие информационная карта. Информационные поводы. Скандал как информационный повод. Медиатизация.
6. Работа команды агитаторов. Программа «От двери к двери». Телефонная агитация. Рассылка агитационных материалов. Встречи кандидата с избирателями. Дебаты. Массовые мероприятия (пикеты, митинги, конференции, концерты, сбор подписей, общественные приемные, наблюдатели в день голосования).
7. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:

1. Предвыборная программа. Формирование бюджета.
2. Тактический рисунок. Спецпроекты. Мероприятия (основные, поддерживающие, обеспечивающие). Агитационно-рекламное направление. Использование СМИ в электоральной политике.
3. Работа команды агитаторов.
4. Стратегия контрмер и ответных действий. Фоновые кандидаты.
5. Разрушение положительного образа конкурента.
6. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Понятие политической рекламы.
2. Пропаганда и ее роль в современном политическом процессе.
3. Новость как политико-коммуникативное событие.
4. Теория формирования «повестки дня».
5. Политическая мифология.
6. Символический характер политической коммуникации.
7. Политическое консультирование как профессия и бизнес.
8. Роль стереотипов в политических коммуникациях.
9. Пропагандистские приемы в политическом консультировании.
10. Манипулятивные техники в политических коммуникациях.
11. Политико-коммуникативные составляющие предвыборной кампании.
12. Особенности политико-коммуникативного процесса в России.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 4

1. Немаркетинговый методы в политической коммуникации – агитация и пропаганда.
2. Основные пропагандистские техники в политической рекламе.
3. Суггестия и ее роль.

4. Значение стереотипов.
5. Предпосылки и условия возникновения политического PR.
6. Реклама – "нормативная информация" массового общества.
7. Политическая реклама как "лоббизм" политики в «информационном пространстве». Техники создания «уникального политического продукта». Формулы AIDA и AIAD.
8. «Негативная» реклама» в политике. Понятие «spin doctor» и его смысл. Маркетинг в мессенджерах и чат-боты.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение

установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (аналитическая записка и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*

практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе	Контрольная работа	1. История политического пиар и рекламы. Основные научные школы и прикладные исследования, создающие подходы к деятельности. Тенденции и современные средства и методы политической коммуникации. 2. Уровни и виды политического пиар и рекламы. Этапы управления политическим пиар и рекламой как системной деятельностью. 3. Основные участники политического коммуникационного процесса. Специфика субъектно-объектных отношений. Требования к профессионалам в области политического пиар и рекламы, критерии оценки деятельности. 4. Политическийпиариполитическаяреклама: типология, тенденции, каналыраспространения. 5. Этапы политических кампаний, содержание коммуникаций на различных стадиях. 6. Планирование избирательной кампании. Виды стратегий и тактика избирательных кампаний.
		Контрольная работа	1. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха. 2. Электоральное поле - объективные и субъективные слагаемые политического выбора, «избирательная конъюнктура». Сегментирование и позиционирование электорального поля. Модели электората (адаптированный, автономный, отклоняющийся). Выбор средств общения с избирателями. 3. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Виды и методы исследований. Проведение опросов в ходе современных избирательных кампаний. Критерии выбора исследователя (опыт, новаторство, доступность, рекомендации). 4. Средства и каналы коммуникации для политического пиар и рекламы. Особенности функционирования, в том числе с учетом вопросов информационной безопасности, законодательных ограничений и этических норм. 5. Конкурентная борьба, выстраивание коммуникационной политики по отношению к конкурентам. Политическая реклама и PR в формировании образов конкурентов. 6. Принципы работы со специализированными агентствами – конфиденциальность, законность, прозрачный документооборот.
2	РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии	Контрольная работа	1. Роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, медиация, электоральное поле. 2. Понятие «избирательная кампания». Избирательные циклы. 3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. 4. Роль и место медиа в избирательных технологиях. Использование инструментов связей с общественностью и рекламы в избирательном процессе. 5. Субъекты и объекты – участники избирательных кампаний. Специфика организации их взаимодействия в России
		Контрольная работа	1. Имиджмейкерство как избирательная технология. 2. Немедийные способы коммуникации в рамках избирательного процесса. 3. Некорректные избирательные технологии. 4. Технологии отвлечения внимания, вирусные технологии 5. Растущая роль интернет-коммуникаций, bigdata. 6. Нью мелиа и продвижение в интернете

			Искусственный интеллект на службе политических технологий
3	РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании	Контрольная работа	1. Избирательныетехнологии вполитическомпространствесовременной России.Типология избирательныхтехнологий,применяемых в России и в мире. 2. Определение целейизбирательнойкампании.Выделениецелевых группизбирателей. 3. Разработка комплексакоммуникативныхмероприятий.Классические моделипланирования и проведенияизбирательныхкампаний. 4. Основные этапы становления и развития цифровойгуманитаристики 5. Основные направления применения компьютерных технологий в гуманитарной сфере 6. Структура и содержание цифровойгуманитаристики 7. Основные этапы развития цифровойгуманитаристики
		Контрольная работа	1. Особенности текстов политической коммуникации 2. Внедрение технологий искусственного интеллекта в политичсекие коммуникации 3. Нью медиа как новые каналы политической коммуникации 4. Виды контента, применяемого в политических технологиях 5. Спичрайтинг, копирайтинг, видео-продакшн, репортажная фотография, подкасты – применение в политических технологиях 6. Этические аспекты политических технологий, регулирование
4	РАЗДЕЛ 4. Когнитивный поворот в изучении политических коммуникаций	Контрольная работа	1. История политического пиар и рекламы. Основные научные школы и прикладные исследования, создающие подходы к деятельности. Тенденции и современные средства и методы политической коммуникации. 2. Уровни и виды политического пиар и рекламы. Этапы управления политическим пиар и рекламой как системной деятельностью. 3. Основные участники политического коммуникационного процесса. Специфика субъектно-объектных отношений. Требования к профессионалам в области политического пиар и рекламы, критерии оценки деятельности. 4. Политическийпиариполитическаяреклама: типология, тенденции, каналыраспространения. 5. Этапы политических кампаний, содержание коммуникаций на различных стадиях. 6. Планирование избирательной кампании. Виды стратегий и тактика избирательных кампаний.
		Контрольная работа	1. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха. 2. Электоральное поле - объективные и субъективные слагаемые политического выбора, «избирательная конъюнктура». Сегментирование и позиционирование электорального поля. Модели электората (адаптированный, автономный, отклоняющийся). Выбор средств общения с избирателями. 3. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Виды и методы исследований. Проведение опросов в ходе современных избирательных кампаний. Критерии выбора исследователя (опыт, новаторство, доступность, рекомендации). 4. Средства и каналы коммуникации для политического пиар и рекламы. Особенности функционирования, в том числе с учетом вопросов информационной безопасности, законодательных ограничений и этических норм. 5. Конкурентная борьба, выстраивание коммуникационной политики по отношению к конкурентам. Политическая реклама и PR в формировании образов конкурентов. 6. Принципы работы со специализированными агентствами – конфиденциальность, законность, прозрачный документооборот

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	1. Предпосылки появления политических консультаций, эволюция консультационных услуг. 2. Становление и развитие политического консалтинга как инструмента диагностики состояния политического рынка и прогнозирования будущего состояния политических систем. 3. Научная база для обеспечения деятельности политических консультантов. Роль социологических и психологических методов исследования для обеспечения высокого качества и достоверности результатов. 4. Национальная специфика деятельности по политическому консультированию. 5. Виды политического консультирования, особенности работы в ходе политических кампаний. Субъекты и объекты политического консультирования, основы их взаимодействия. 6. Подходы к формированию стратегии, стратегия на основе положительного образа. Стратегия отождествления. Стратегия кампании и активность избирателей. 7. Определение ключевой проблемы. Цели кампании. Выработка основных лозунгов. 8. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.
ПК-1	9. Объективные и субъективные слагаемые политического выбора. Изучение «избирательной конъюнктуры». 10. Виды и методы исследований. 11. Результаты опроса как фактор воздействия на электорат. 12. Формирование стратегии: постановка задачи. Этапы избирательного процесса. Составление паспорта избирательного округа. 13. Предвыборная программа. Формирование бюджета. 14. Тактический рисунок. Спецпроекты. Мероприятия (основные, поддерживающие, обеспечивающие). Агитационно-рекламное направление. Использование СМИ в электоральной политике. 15. Работа команды агитаторов. 16. Стратегия контрмер и ответных действий. Фоновые кандидаты. 17. Политические коммуникации: понятие, сущность, развитие. 18. Функции политических коммуникаций. 19. Соотношение символической и информационной власти. 20. Типы политических коммуникаций. 21. Теория повестки дня. Типы повесток. 22. Борьба за повестку дня. 23. Основные уровни и акторы политических коммуникаций. 24. Элементы «власти» медиа. 25. PR в политике. 26. Агитация как инструмент политических коммуникаций. 27. Особенности немаркетинговых методов политической коммуникации. 28. Медиатизация политики и ее последствия.

	29. Роль общественного мнения в политическом процессе. 30. Технологии спиндоктора. 31. Новость как элемент конструирования реальности. 32. Этапы и технологии реализации медийной повестки дня. 33. Механизмы принятия решения и их реализация в политических коммуникациях. 34. Основные каналы политической коммуникации: характеристика и особенности. 35. Что означает коммодификация информационного продукта для политике? 36. Роль мозговых трестов (Think tanks) и проблемы их деятельности. 37. Значение официальной точки зрения как источника политической информации. 38. Что значит «производить действия при помощи слов»? 39. Язык, речь, дискурс – соотношение понятий. 40. Как Вы понимаете процесс кодирования и декодирования сообщений медиа? 41. Назовите главные и второстепенные характеристики новостей. 42. Как, по Вашему мнению, соотносятся прайминг и повестка дня. 43. Что такое когнитивный диссонанс и как он проявляется в рамках политических коммуникаций. 44. «Спираль молчания» и ее значение для политической коммуникации. 45. Как Вы понимаете термины фрейм и фреймирование. Приведите примеры. 46. В чем, по Вашему мнению, инновативность сетевой политической коммуникации. 47. Имидж политика – его бренд. Разъясните это положение. 48. Как вы понимаете медиадемократию.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/539631

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/543101

Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535800

5.1.2. Дополнительная литература

Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении : учебное пособие для вузов / А. С. Никитина, Н. Г. Чевтаева, С. А. Ваторопин, А. С. Ваторопин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. —

171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13964-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544033

Грицкевич, Ю. Н. Современный медиадискурс : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Грицкевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 57 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18263-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/534638

GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536278

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=68647 8 – ISBN 978-5-4499-3047- 7 . – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;

- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE

2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной

информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ БРЕНДА

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 9
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 12
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 12
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 12
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 15
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 18
5.1.1. Основная литература 18
5.1.2. Дополнительная литература 18
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 19
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 19
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 21
5.4.1. Средства информационных технологий 21
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 21
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 21
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 21
5.6. Образовательные технологии 22
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 23

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Визуальная идентификация бренда» заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере теоретических знаний и практических приемов брендирования и управления брендом, как важного элемента процесса рекламы и связи с общественностью, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Обеспечить изучение видов брендов, характеристик и атрибутов брендов, процесса создания бренда.
2. Обеспечить изучение общих понятия и термины зрительного восприятия формы и пространства.
3. Формировать навыки разработки фирменного (корпоративного) стиля.
4. Формировать навыки разработки брендбука организации.
5. Формировать навыки работы с системой визуальной коммуникации бренда.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-3; ПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1 Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2 Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: методику осуществления применения маркетинговых коммуникаций в рамках разработки фирменного (корпоративного) стиля Уметь: осуществлять авторскую деятельность для осуществления визуальных коммуникаций
ПК-5 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-5.1 Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК-5.2 Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере коммуникации	Знать: творческие решения в рамках создания фирменного (корпоративного) стиля Уметь: решать поставленные задачи при работе над узнаваемостью бренда.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**54**	**54**			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	12	12			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**45**	**45**			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**12**	**12**			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**92**	**92**			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ельная я**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 6)											
Раздел 1. Зрительное восприятие формы и пространства бренда	24	12	22	6		12				4	
Тема 1.1. Дизайн-мышление. Инструменты визуальной идентификации бренда	18	6	12	4		6				2	
Тема 1.2. Визуальная идентификация как основа эффективности дизайна	16	6	10	2		6				2	
Раздел 2. Разработка фирменного (корпоративного) стиля	39	17	22	6		12				4	
Тема 2.1. Инструменты для разработки фирменного стиля предприятия	22	10	12	4		6				2	
Тема 2.2. Носители фирменного стиля	17	7	10	2		6				2	
Раздел 3. Принципы узнаваемости бренда	38	16	22	6		12				4	
Тема 3.1 Повышение уровня узнаваемости бренда	20	8	12	4		6				2	
Тема 3.2 Визуальные коммуникации стиля	18	8	10	2		6				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**108**	**45**	**54**	**14**		**28**				**12**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**ельная я**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 4, Сессия 1-2)											
Раздел 1. Зрительное восприятие формы и пространства бренда	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Дизайн-мышление. Инструменты визуальной идентификации бренда	17	15	2	2							
Тема 1.2. Визуальная идентификация как основа эффективности дизайна	17	15	2			2					
Раздел 2. Разработка фирменного (корпоративного) стиля	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. Инструменты для разработки фирменного стиля предприятия	17	15	2	2							
Тема 2.2. Носители фирменного стиля	17	15	2			2					
Раздел 3. Принципы узнаваемости бренда	36	32	4			4					
Тема 3.1 Повышение уровня узнаваемости бренда	18	16	2			2					
Тема 3.2 Визуальные коммуникации стиля	18	16	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**108**	**92**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. ЗРИТЕЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ФОРМЫ И ПРОСТРАНСТВА БРЕНДА.
Тема 1.1. Дизайн-мышление. Инструменты визуальной идентификации бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «дизайн-мышление». Этапы дизайн-мышления. Понятия «эмпатия», «процесс слушания», «слуховое восприятие». Правила эмпатического слушания. Определение, как этап дизайн-мышления. Методы обработки полученной информации. Поиск идей как этап дизайн-мышления. Способы генерирования идей. Прототипирование как этап дизайн-мышления. Способы создания прототипов. Тестирование как этап дизайн-мышления. Способы получения обратной связи о созданных прототипах.

Восприятие отдельных цветов и их сочетаний. Принципы построения композиции. Средства выразительности композиции. Типы композиции.

Тема 1.2. Визуальная идентификация как основа эффективности дизайна

Перечень изучаемых элементов содержания

Современные подходы в понимании задач дизайна. Психология, каналы, инструменты и особенности воздействия дизайна на потребителя. Визуальное восприятие и применение принципов гештальта в дизайне. Роль дизайнерской составляющей в проектировании взаимодействия. UI, UX, юзабилити. Информационная архитектура и возможности ее визуализации. Системы корпоративной визуальной идентификации.

Свойства зрительного восприятия. Иллюзорность при восприятии графики. Перспектива. Тени. Ассоциативность и образность. Выразительность графических средств. Природа цвета. Восприятие цвета. Пространственная цветовая модель.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 1

Тема практических занятий: СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненным проектам

Задание на проект:

Студенты выбирают сферу деятельности, определяются с профилем деятельности свой организации, в рамках которой создают свой бренд и логотип и прописывают философию бренда. Разработка бренда ведется на основании анализа трендов в выбранной сфере и прописанной философии. Результаты проекта оформляются в форме презентации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание, эссе.

Раздел 2. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО (КОРПОРАТИВНОГО) СТИЛЯ

Тема 2.1. Инструменты для разработки фирменного стиля предприятия

Перечень изучаемых элементов содержания

Визуальный язык. Графические приемы для создания однозначно воспринимаемых графических образов. Базовые законы композиции. Семантика цвета в маркетинговых коммуникациях. Классификация шрифтов. Подбор шрифтов для решения дизайнерских задач. Шрифты и типографика. Стилизация. От образа до знака. Семиотика. Иконки, пиктограммы, стиль фотоматериалов и иллюстраций

Тема 2.2. Носители фирменного стиля.

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и определения фирменного (корпоративного) стиля. Различия во взглядах и подходах. История и гносеологические корни фирменного стиля. Миссия, корпоративная концепция, позиционирование, фирменный стиль. Их ранжирование и управляемость. Стилеобразующие идеи. Концептуальный креатив. Эмоциональные, нравственные и эстетические фильтры.

Корпоративная документация (визитки, бланки, конверты, папки). Цифровые носители (презентации, сайт, мобильное приложение). Сувенирная продукция (ручки, кружки, блокноты, часы), одежда персонала (галстук, значок), оформление транспортных средств. Внедрение стиля в интерьер-экстерьер (входная группа, таблички на кабинеты, указатели отделов, фасадная вывеска). Гайдбук.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 2:

Тема практических занятий: РАЗРАБОТКАХ ГАЙДБУКА КОМПАНИИ.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненным проектам

Задание на проект:

Студенты разрабатывают гайдбук выбранной компании, который должен содержать фирменный стиль презентации, дизайн рекламных материалов, дизайн сайта носимые знаки. Результаты проекта оформляются в форме презентации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание, эссе.

РАЗДЕЛ 3. ПРИНЦИПЫ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА

Тема 3.1 Повышение уровня узнаваемости бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Градация уровней узнаваемости брендов. Спонтанная узнаваемость. Узнаваемость с подсказкой. Технология роста узнаваемости бренда. Причины падения узнаваемости бренда. Брендовый и реферальный трафик. Способы повышения узнаваемости. Влияние визуализации на узнаваемость бренда. Реферальная программа. Лид-менеджмент. Контекстная реклама. Контент-маркетинг. Работа в социальных сетях. Способы измерения уровня узнаваемости бренда. SEO-продвижение. Привлечение инфлюэнсеров. Работа с мултиконтентом.

Тема 3.2 Визуальные коммуникации стиля

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие визуальных коммуникаций. История возникновения и трансформации визуальной коммуникации. Средства визуальной коммуникации: печатные (полиграфические) средства - буклеты, плакаты, листовки, брошюры. Средства наружной рекламы: рекламные щиты (биллборды), вывески. Реклама в интернете: баннеры, flash-анимация. Фирменный паттерн. Маскот. Упаковка. Маркировка.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 3:

Тема практических занятий: МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА.

Форма практического задания: Проект, дискуссия по выполненным проектам

Задание на проект:

Студенты разрабатывают и защищают стратегию повышения узнаваемости бренда. В рамках разработки необходимо рассмотреть различные способы повышения узнаваемости бренда с оценкой возможных последствий. Результаты проекта оформляются в форме презентации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: Форма рубежного контроля – Аналитическое задание, эссе.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Зрительное восприятие формы и пространства бренда.	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Разработка фирменного (корпоративного) стиля	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Принципы узнаваемости бренда	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Закон фигуры и формы
2. Закон уровня глаз и «мертвой» зоны
3. Закон разнообразия
4. Закон восприятия цвета
5. Гештальт-принципы визуального дизайна
6. Когнитивные способности восприятия бренда
7. Карты восприятия брендов

8. Эксперимент Саноки и Салмема
9. Влияние типографии и эстетики расположения текста на привлечение потребителя
10. Концепция «сверху-вниз»

Перечень тем эссе к Разделу 1

1. Таргетирование на целевую аудиторию
2. Инструменты визуализации бренда
3. Правила эмпатического слушанья
4. Система фирменного стиля
5. Необходимость фирменного стиля
6. Рекламное воздействие
7. Атрибутика фирменного стиля
8. Определение набора цвета для создания визуального стиля бренда
9. «Слуховое восприятие» бренда
10. Поиск идей как этап дизайн-мышления

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Стратегия разработки фирменного стиля компании
2. Этапы разработки фирменного стиля.
3. Развитие фирменного стиля
4. Отличие деловых и корпоративных визитных карточек
5. Использование AR и VR технологий в фирменном стил.
6. Работа брендинговых агентств
7. Основные положения по созданию корпоративного стиля
8. Формирование и выращивание фирменного стиля
9. Ключевые инструменты брендинга
10. Причины необходимости ребрендинга фирменного стиля

Перечень тем эссе к Разделу 2

1. Разработка и название логотипов
2. Элементы фирменного стиля
3. Имиджевые задачи фирменного стиля
4. Уникальность и лаконичность фирменного стиля
5. Правила разработки корпоративного стиля
6. Лучшие примеры фирменного стиля
7. Инструменты брендинга
8. Важность использования корпоративных цветов
9. Задачи носителей корпоративного стиля
10. Правильная постановка технического задания при создании фирменного стиля

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Роль нейминга в создании успешного узнаваемого бренда.
2. Виды товарных знаков
3. Использование визуальных коммуникаций с потребителем в продвижение бренда
4. Влияние миссии компании на способы визуальных коммуникаций
5. Информативность товарных знаков и брендов
6. Классификация фирменных знаков
7. Создание пакета фирменного стиля
8. Важность фотоматериалов в продвижении бренда
9. Электронные и цифровые носители фирменного стиля
10. Упаковка и маркировка продукции

Перечень тем эссе к Разделу 3

1. Виды товарных знаков

2. Виды наружной рекламы
3. Виды печатной рекламной продукции
4. Виды фирменной сувенирной продукции
5. Современные направления дизайна форменной одежды персонала.
6. Фирменный стиль и конкурентоспособность
7. Использование инфлюэнсеров в продвижении бренда
8. Использование маскотов в продвижение бренда
9. Читаемость и считываемость товарных знаков
10. Работа над фирменным паттерном

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать

5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения, по сути, поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*
практические задания	*40*

из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено / не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Создание бренда	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля: аналитическое задание Провести анализ успешных брендов и сопоставить их успешность с оформлением бренда.
		Эссе	Тема эссе 1. Таргетирование на целевую аудиторию 2. Инструменты визуализации бренда 3. Правила эмпатического слушанья 4. Система фирменного стиля 5. Необходимость фирменного стиля 6. Рекламное воздействие 7. Атрибутика фирменного стиля 8. Определение набора цвета для создания визуального стиля бренда 9. «Слуховое восприятие» бренда 10. Поиск идей как этап дизайн-мышления.
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность бренда	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля: аналитическое задание Изучить удобство вариативность использования инструментов визуальной идентефикиции.
		Эссе	Форма рубежного контроля: эссе 1. Разработка и название логотипов 2. Элементы фирменного стиля 3. Имиджевые задачи фирменного стиля 4. Уникальность и лаконичность фирменного стиля 5. Правила разработки корпоративного стиля 6. Лучшие примеры фирменного стиля 7. Инструменты брендинга 8. Важность использования корпоративных цветов 9. Задачи носителей корпоративного стиля 10. Правильная постановка технического задания при создании фирменного стиля
3	Раздел 3. Принципы	Аналитическое задание	Форма рубежного контроля: аналитическое задание Определить наиболее часто используемые приемы в продвижении бренда.

	узнаваемости бренда	Эссе	Форма рубежного контроля: эссе 1. Виды товарных знаков. 2. Виды наружной рекламы. 3. Виды печатной рекламной продукции. 4. Виды фирменной сувенирной продукции. 5. Современные направления дизайна форменной одежды персонала. 6. Фирменный стиль и конкурентоспособность. 7. Использование инфлюэнсеров в продвижении бренда 8. Использование маскотов в продвижение бренда 9. Читаемость и считываемость товарных знаков 10. Работа над фирменным паттерном.

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	1. Понятие «дизайн-мышление». Этапы дизайн-мышления. 2. Понятия «эмпатия», «процесс слушания», «слуховое восприятие». Правила эмпатического слушания. 3. Определение, как этап дизайн-мышления. Методы обработки полученной информации. 4. Поиск идей как этап дизайн-мышления. Способы генерирования идей. 5. Прототипирование как этап дизайн-мышления. Способы создания прототипов. 6. Тестирование как этап дизайн-мышления. Способы получения обратной связи о созданных прототипах. 7. Концепция предприятия – основа создания фирменного стиля. 8. Основные компоненты фирменного стиля. 9. Виды товарных знаков. 10. Виды наружной рекламы. 11. Виды печатной рекламной продукции. 12. Виды фирменной сувенирной продукции. 13. Современные направления дизайна форменной одежды персонала. 14. Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятия. 15. Гештальт-принципы визуального дизайна 16. Когнитивные способности восприятия бренда 17. Карты восприятия брендов 18. Эксперимент Саноки и Салмема 19. Влияние типографии и эстетики расположения текста на привлечение потребителя 20. Концепция «сверху-вниз»
ПК-5	21. Современные подходы в понимании задач дизайна. Психология, каналы, инструменты и особенности воздействия дизайна потребителя 22. Визуальное восприятие и применение принципов гештальта в дизайне. 23. Роль дизайнерской составляющей в проектировании взаимодействия. UI, UX, юзабилити. 24. Информационная архитектура и возможности ее визуализации. 25. Системы корпоративной визуальной идентификации. 26. Шрифты в айдентике. Взаимосвязь шрифта и формы. 27. Стилизация. Сочетание стиля, цвета, шрифта и формы. 28. Шрифты и типографика. 29. Иконки, пиктограммы, стиль фотоматериалов и иллюстраций 30. История становления фирменного стиля как самостоятельного направления в дизайне. 31. Понятие фирменного стиля и его роль в рекламных коммуникациях.

	32. Пакет фирменного стиля. 33. Понятие торговой марки и товарного знака. 34. Логотип в пакете фирменного стиля. 35. Композиция фирменного знака. 36. Классификация фирменных знаков. 37. Особенности восприятия потребителем фирменного знака, логотипа 38. Цветовая палитра фирменного стиля, ее функциональная нагрузка. 39. Логотип: история появления и развития, роль и стили, тренды и антитренды. 40. Фирменный блок (фирменный знак и логотип). 41. Торговая марка (текстовый знак, логотип). 42. Корпоративная документация (визитки, бланки, конверты, папки). 43. Цифровые носители (презентации, сайт, мобильное приложение). 44. Сувенирная продукция (ручки, кружки, блокноты, часы), одежда персонала (галстук, значок), оформление транспортных средств. 45. Внедрение стиля в интерьер-экстерьер (входная группа, таблички на кабинеты, указатели отделов, фасадная вывеска). 46. Понятие визуальных коммуникаций. 47. История возникновения и трансформации визуальной коммуникации. 48. Средства визуальной коммуникации: печатные (полиграфические) средства - буклеты, плакаты, листовки, брошюры. 49. Средства наружной рекламы: рекламные щиты (биллборды), вывески. 50. Реклама в интернете: баннеры, flash-анимация. 51. Фирменный паттерн. Маскот.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536560

Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021 . – Текст : электронный.

Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/538743

5.1.2. Дополнительная литература

HR-брендинг : учебное пособие : [12+] / авт.-сост. А. И. Коломиец. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 136 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683090 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3033-0. – Текст : электронный.

Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535831

Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/510075

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачёту. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные

компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **4**
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **5**
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **9**
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9
3.2. Задания для самостоятельной работы 9
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **12**
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 12
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 12
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 12
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 15
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 16
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **17**
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 17
5.1.1. Основная литература 17
5.1.2. Дополнительная литература 17
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 18
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 18
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 19
5.4.1. Средства информационных технологий 19
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 19
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 19
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 20
5.6. Образовательные технологии 20
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **21**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере антикризисных коммуникаций, а именно работы в кризисной ситуации и устранению последствий кризисных ситуаций, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Обеспечить изучение современных стратегий и тактик антикризисных коммуникаций;
2. Обеспечить изучение многообразий форм и методов антикризисных коммуникаций;
3. Формирование навыков эффективных способов реализации антикризисных коммуникаций;
4. Формировать навыки работы по планированию, организации и проведению мероприятий в рамках антикризисных коммуникаций.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-7; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1 Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2 Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: технологии антикризисных коммуникаций любого уровня сложности Уметь: осуществлять реализацию антикризисных коммуникаций, исходя из условий бизнес-среды

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**54**	**54**			
Лекционные занятия	14	14			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	28	28			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	12	12			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**45**	**45**			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 5			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**12**	**12**			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**92**	**92**			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**108**	**108**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ельная я**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 7)											
Раздел 1. Основы антикризисных коммуникаций	24	12	22	6		12				4	
Тема 1.1. Основные понятия. Цели. Задачи	18	6	12	4		6				2	
Тема 1.2 Классификация кризисов	16	6	10	2		6				2	
Раздел 2. Алгоритм работы в кризисной ситуации	39	17	22	6		12				4	
Тема 2.1. Золотой стандарт антикризисных коммуникаций	22	10	12	4		6				2	
Тема 2.2. Антикризисные стратегии	17	7	10	2		6				2	
Раздел 3. Устранение последствий кризисной ситуации	38	16	22	6		12				4	
Тема 3.1 Антикризисная команда	20	8	12	4		6				2	
Тема 3.2 Работа со СМИ	18	8	10	2		6				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**108**	**45**	**54**	**14**		**28**				**12**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**									
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**							
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 5, Сессия 1-2)											

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Раздел 1. Основы антикризисных коммуникаций	34	30	4	2		2					
Тема 1.1. Основные понятия. Цели. Задачи	17	15	2	2							
Тема 1.2 Классификация кризисов	17	15	2			2					
Раздел 2. Алгоритм работы в кризисной ситуации	34	30	4	2		2					
Тема 2.1. Золотой стандарт антикризисных коммуникаций	17	15	2	2							
Тема 2.2. Антикризисные стратегии	17	15	2			2					
Раздел 3. Устранение последствий кризисной ситуации	36	32	4			4					
Тема 3.1 Антикризисная команда	18	16	2			2					
Тема 3.2 Работа со СМИ	18	16	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Общий объем, часов	**108**	**92**	**12**	**4**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ АНТИКРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1.1. Основные понятия. Цели. Задачи

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели, задачи и функции антикризисных коммуникаций как инструмента антикризисного менеджмента. Понятие «Кризис». Кризис в ПР. Причины возникновения кризисов. Положительные и отрицательные аспекты кризисных ситуаций.

Тема 1.2 Классификация кризисов

Перечень изучаемых элементов содержания

Классификация кризисов. Понятие «антикризисная коммуникация». Основные средства коммуникаций в кризисных ситуациях. Установление партнерских отношений компании со СМИ. Стадии процесса кризиса. Цветовая шкала кризисов. Сущность и сфера применения антикризисного менеджмента.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 1
Тема практических занятий: КЛАССИФИКАЦИЯ КРИЗИСОВ
Форма практического задания: дискуссия, реферат
Перечень тем дискуссии, рефератов к темам раздела 1:

1. Антикризисный менеджмент в организациях.
2. Циклический кризис
3. Промежуточный кризис
4. Частичный кризис
5. Структурный кризис
6. Денежно-кредитный кризис
7. Кризис как мотивация для развития
8. Внешние причины возникновения кризиса
9. Внутренние причины возникновения кризиса
10. Этапы возникновения кризиса

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа, письменный опрос

РАЗДЕЛ 2. АЛГОРИТМ РАБОТЫ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Тема 2.1. Золотой стандарт антикризисных коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Золотой стандарт антикризисных коммуникаций. Правило «Тайленола». Алгоритм работы антикризисной команды в кризисной ситуации. Процесс разработки и содержание антикризисного плана компании.

Тема 2.2. Антикризисные стратегии

Перечень изучаемых элементов содержания

Виды и критерии выбора антикризисных стратегий. Стратегии поведения компании в кризисных ситуациях. Стратегии защиты деловой репутации компании. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 2:

Тема практических занятий: АНТИКРИЗИСНЫЕ СТРАТЕГИИ
практического задания: дискуссия, реферат
Перечень тем дискуссии, рефератов к темам раздела 2:

1. Стратегическая пирамида
2. Стратегия ограниченного роста
3. Стратегия роста
4. Стратегия сокращения
5. Стратегия сочетания
6. Построение операционной стратегии
7. Стратегии продвижения
8. Принципы антикризисного управления
9. Цели антикризисных стратегий
10. Этапы разработки антикризисных мер

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – контрольная работа, письменный опрос

РАЗДЕЛ 3. УСТРАНЕНИЕ ПОСЛЕДСТВИЙ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Тема 3.1 Антикризисная команда

Перечень изучаемых элементов содержания

Задачи, цели, функции и миссия антикризисной команды на предприятии. Принципы формирования антикризисной команды. Состав и роли в антикризисной команде. Методология работы. Приемы и способы взаимодействя.

Тема 3.2 Работа со СМИ

Перечень изучаемых элементов содержания

Продвижение в СМИ для разрешения кризисных ситуаций. Устранение последствий негативного освещения кризиса в СМИ. Корпоративный сайт как средство антикризисных коммуникаций. Антикризисные коммуникации компании через информационные и тематические сайты. Антикризисные коммуникации компании в социальных сетях.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ К РАЗДЕЛУ 3

Тема практических занятий: РАБОТА СО СМИ.

практического задания: дискуссия, реферат

Перечень тем дискуссии, рефератов к темам раздела 3:

1. Технология взаимодействия со СМИ в сложившемся кризисе
2. Влияния ситуации на репутацию бренда
3. Возможные причины ухудшения репутации бренда компании
4. Сторителинг в антикризисном управлении
5. Типичные ошибки во взаимодействии со СМИ
6. Реакция на заказные, негативные упоминания компании в СМИ
7. Кейс-метол в антикризисном управлении
8. Создание позитивного имиджа организации в рамках антикризисной стратегии
9. Последствия некачественной антикризисной стратегии
10. Подбор антикризисного менеджера и его функционал

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – письменный опрос.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Основы антикризисных коммуникаций	Подготовка реферата/эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Алгоритм работы в кризисной ситуации	Подготовка реферата/эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Устранение последствий кризисной ситуации	Подготовка реферата/эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Естественный кризис
2. Технологический кризис
3. Кризис злонамеренного поведения
4. Кризис искажения ценностей
5. Влияние внутренней и внешней политики на деятельность компании
6. Влияние социальной ситуации в стране на деятельность компании
7. Возможности и изменения в деятельности компании под влиянием кризиса
8. Разработка и внедрение системы мониторинга
9. Антикризисная аналитика
10. Разработка плана выхода из кризисных ситуаций

Перечень тем рефератов/эссе к Разделу 1

1. Антикризисный менеджмент в организациях.
2. Циклический кризис
3. Промежуточный кризис
4. Частичный кризис

5. Структурный кризис
6. Денежно-кредитный кризис
7. Кризис как мотивация для развития
8. Внешние причины возникновения кризиса
9. Внутренние причины возникновения кризиса
10. Этапы возникновения кризиса

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Разработка реестра рисков для компании
2. Самые распространенные риски в деятельности компании
3. Мошенничество
4. Проблемы в осуществлении коммуникаций
5. Риск хищения и способы борьбы с ним
6. Оценка вероятности возникновения риска
7. Состав антикризисного плана
8. Стратегии внешних антикризисных коммуникаций
9. Анализ последствий
10. Профилактика кризиса

Перечень тем рефератов/эссе к Разделу 2

1. Стратегическая пирамида
2. Стратегия ограниченного роста
3. Стратегия роста
4. Стратегия сокращения
5. Стратегия сочетания
6. Построение операционной стратегии
7. Стратегии продвижения
8. Принципы антикризисного управления
9. Цели антикризисных стратегий
10. Этапы разработки антикризисных мер

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Реструктуризация предприятия и ее причины
2. Банкротство
3. Инновации как способ борьбы с рисками
4. Виды стратегических мероприятий как профилактика борьбы с кризисом
5. Виды тактических мероприятий как профилактика борьбы с кризисом
6. Проведение антикризисного анализа
7. Выявление причин возникновения кризисных ситуаций
8. Последствия негативных упоминаний в СМИ
9. Способы борьбы с негативными упоминаниями в СМИ
10. Взаимодействие с партнерами и инвесторами в случае кризиса

Перечень тем рефератов/эссе к Разделу 3

1. Технология взаимодействия со СМИ в сложившемся кризисе
2. Влияния ситуации на репутацию бренда
3. Возможные причины ухудшения репутации бренда компании
4. Сторителинг в антикризисном управлении
5. Типичные ошибки во взаимодействии со СМИ
6. Реакция на заказные, негативные упоминания компании в СМИ
7. Кейс-метол в антикризисном управлении
8. Создание позитивного имиджа организации в рамках антикризисной стратегии
9. Последствия некачественной антикризисной стратегии

10. Подбор антикризисного менеджера и его функционал

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачёт,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (рефераты, и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/незачтено для зачёта.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы антикризисных коммуникаций	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Антикризисный менеджмент в организациях. 2. Циклический кризис 3. Внешние причины возникновения кризиса 4. Внутренние причины возникновения кризиса 5. Этапы возникновения кризиса
		Письменный опрос	Темы контрольных работ 1. Промежуточный кризис 2. Частичный кризис 3. Структурный кризис 4. Денежно-кредитный кризис 5. Кризис как мотивация для развития
2.	Раздел 2. Алгоритм работы в кризисной ситуации	Контрольная работа	Темы контрольных работ 1. Разработка реестра рисков для компании 2. Самые распространенные риски в деятельности компании 3. Мошенничество 4. Проблемы в осуществлении коммуникаций 5. Риск хищения и способы борьбы с ним
		Письменный опрос	Темы контрольных работ 1. Состав антикризисного плана 2. Оценка вероятности возникновения риска 3. Стратегии внешних антикризисных коммуникаций 4. Анализ последствий 5. Профилактика кризиса
3	Раздел 3. Устранение последствий кризисной ситуации	Письменный опрос	Темы контрольных работ 1. Реструктуризация предприятия и ее причины 2. Банкротство 3. Инновации как способ борьбы с рисками 4. Виды стратегических мероприятий как профилактика борьбы с кризисом 5. Виды тактических мероприятий как профилактика борьбы с кризисом
		Письменный опрос	Темы контрольных работ 1. Проведение антикризисного анализа 2. Выявление причин возникновения кризисных ситуаций 3. Последствия негативных упоминаний в СМИ 4. Способы борьбы с негативными упоминаниями в СМИ 5. Взаимодействие с партнерами и инвесторами в случае кризиса

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-7	1. Естественный кризис 2. Технологический кризис 3. Кризис злонамеренного поведения 4. Кризис искажения ценностей 5. Влияние внутренней и внешней политики на деятельность компании 6. Влияние социальной ситуации в стране на деятельность компании 7. Возможности и изменения в деятельности компании под влиянием кризиса 8. Разработка и внедрение системы мониторинга 9. Антикризисная аналитика 10. Разработка плана выхода из кризисных ситуаций 11. Технология взаимодействия со СМИ в сложившемся кризисе 12. Влияния ситуации на репутацию бренда 13. Возможные причины ухудшения репутации бренда компании 14. Сторителинг в антикризисном управлении 15. Типичные ошибки во взаимодействии со СМИ 16. Цели и задачи антикризисного управления 17. Угрозы деловой репутации 18. Защита деловой репутации 19. Реакция на заказные, негативные упоминания компании в СМИ 20. Кейс-метол в антикризисном управлении 21. Создание позитивного имиджа организации в рамках антикризисной стратегии 22. Защита деловой репутации 23. Критерии отбора антикризисных мер 24. Виды антикризисных коммуникаций 25. Классификация кризисов 26. Роль руководителя в антикризисном правлении
ПК-2	27. Разработка реестра рисков для компании 28. Самые распространенные риски в деятельности компании 29. Мошенничество 30. Проблемы в осуществлении коммуникаций 31. Риск хищения и способы борьбы с ним 32. Роль менеджмента в антикризисном управлении 33. Ранжирование риска 34. Причины возникновения рисков 35. Причины возникновения кризиса 36. Состав антикризисной команды 37. Роли антикризисной команды 38. Оценка вероятности возникновения риска 39. Состав антикризисного плана 40. Стратегия сдерживания в рамках антикризисного управления

	41. Взаимодействие со СМИ в период кризиса 42. Виды внутренних угроз возникновения кризиса 43. Виды внешний угроз возникновения кризиса 44. Стратегии внешних антикризисных коммуникаций 45. Анализ последствий 46. Профилактика кризиса 47. Задачи антикризисной команды 48. Выбор оптимальной антикризисной стратегии 49. Взаимодействие с партнерами и инвесторами в период кризиса 50. Разработка стратегии профилактики кризиса

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Корягина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17806-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/533767*

Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/538907*

Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/544116*

5.1.2. Дополнительная литература

Антикризисное управление: механизмы государства, технологии бизнеса : учебник и практикум для вузов / А. З. Бобылева [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 542 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17621-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/545072*

Черненко, В. А. Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / В. А. Черненко, Н. Ю. Шведова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 465 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16827-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/536460*

Ланко, Д. А. Практика принятия внешнеполитических решений : учебник для вузов / Д. А. Ланко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01649-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: *https://www.urait.ru/bcode/538607*

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: *https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478* . – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
25.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) РЕКЛАМНЫЕ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 10
3.2. Задания для самостоятельной работы 10
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 13
4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) 13
4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 13
4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося 14
4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю) 16
4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 18
5.1.1. Основная литература 18
5.1.2. Дополнительная литература 18
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 18
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 19
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 20
5.4.1. Средства информационных технологий 20
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: 20
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 20
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 20
5.6. Образовательные технологии 21
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 22

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере интернет и цифровых технологий, их видах и формах, а также приобретение умений и практических навыков подготовки и проведения рекламных кампаний и мероприятий по продвижению товаров и услуг, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Обеспечить изучение основных принципов работы в интернет-среде, тенденциях виртуализации общества и их влияния на продвижение рекламного продукта.
2. Содействовать приобретению умения по работе с информацией в глобальных информационных сетях, работе с тематическими приложениями.
3. Формировать навыки самостоятельного анализа информации, решения задач по продвижению рекламного продукта с использованием интернет-инструментария.
4. Формировать навыки использование программного обеспечениям для работы в цифровой среде.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ПК-1 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: методику 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 Уметь: анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Знает этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.2. Обоснованно прогнозирует результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и	Знать: технологии создания креативного продукта, требования к творческому процессу Уметь: разрабатывать бриф, взаимодействовать с заказчиком, применять необходимые технологии

	мероприятий	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	72	72			
Лекционные занятия	18	18			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	38	38			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	*16*	*16*			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	54	54			
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**18**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 5			
		Сессия 1-2			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	16	16			
Лекционные занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	119	119			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	Самостоятельная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 8)											
Раздел 1. Эволюция подходов рекламных технологий в цифровой среде	33	13	20	6		*10*				4	
Тема 1.1. Цифровая среда и цифровая реклама	18	6	12	4		6				2	
Тема 1.2. Обзор рекламных инструментов	15	7	8	2		4				2	
Раздел 2. Сегментация цифровой среды	31	13	18	4		*10*				4	
Тема 2.1. Стратегии продвижения в цифровой среде	16	6	10	2		6				2	
Тема 2.2. Анализ конкурентной среды	15	7	8	2		4				2	
Раздел 3. Технологии продвижения	32	14	18	4		*10*				4	
Тема 3.1. Контекстная, тизерная реклама	17	7	10	2		6				2	
Тема 3.2. Медийная баннерная реклама	15	7	8	2		4				2	
Раздел 4. Аналитика продвижения в сети	30	14	16	4		*8*				4	
Тема 4.1. Основы веб аналитики	15	7	8	2		4				2	
Тема 4.2. Таргетинг и продвижение	15	7	8	2		4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**										
Общий объем, часов	**144**	**54**	**72**	**18**		**38**				**16**	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**Самостоятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 5 Сессия 1-2)											
Раздел 1. Эволюция подходов рекламных технологий в цифровой среде	33	29	4	2		2					
Тема 1.1. Цифровая среда и цифровая реклама	16	14	2	2							
Тема 1.2. Обзор рекламных инструментов	17	15	2			2					
Раздел 2. Сегментация цифровой среды	33	29	4	2		2					
Тема 2.1. Стратегии продвижения в цифровой среде	16	14	2	2							
Тема 2.2. Анализ конкурентной среды	17	15	2			2					
Раздел 3. Технологии продвижения	35	31	4	2		2					
Тема 3.1. Контекстная, тизерная реклама	18	16	2	2							
Тема 3.2. Медийная баннерная реклама.	17	15	2			2					
Раздел 4. Аналитика продвижения в сети	34	30	4	2		2					
Тема 4.1. Основы веб аналитики	17	15	2	2							
Тема 4.2. Таргетинг и продвижение	17	15	2			2					
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**144**	**119**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Тема 1.1. Цифровая среда и цифровая реклама

Перечень изучаемых элементов содержания

Общее представление о цифровой среде. рассматривается история развития интернет-рекламы, особенности, положительные стороны и основные инструменты для продвижения в интернете на данный период времени.

Основное понятие. Структура. Виды. Особенности.

Тема 1.2. Обзор рекламных инструментов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Контекстная реклама. Медийная реклама (баннеры и видео). Таргетированная реклама. Поисковая оптимизация. Маркетинг в социальных сетях. Управление репутацией в сети. Продвигающие публикации. Тизерная реклама.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1.

Тема практических занятий: рекламные технологии в цифровой среде.

Форма практического задания: дискуссия, контрольная работа

Темы дискуссий

1. Интернет-маркетинг и продвижение товаров в сети.
2. Интернет-реклама
3. Продвижение продукта в интернете.
4. Особенности работы с рекламодателем
5. Таргетинг

Темы контрольных

1. Виды рекламных технологий в цифровой среде.
2. Настройка поисковой оптимизации.
3. Продвижение товаров в социальных сетях.
4. Продвижение товаров в мессенджерах.

Рубежный контроль к разделу 1.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. СЕГМЕНТАЦИЯ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Тема 2.1. Стратегии продвижения в цифровой среде

Перечень изучаемых элементов содержания

Цифровые-инструменты с обоснованием применения. Цели. Задачи. Бюджетирование и планирование. собственная эффективность. Виды маркетинговых стратегий.

Тема 2.2. Анализ конкурентной среды.

Перечень изучаемых элементов содержания

Позиционирование конкурентов. Анализ сервиса. Ассортиментный анализ. Разработка стратегии продвижения продукта в интернат среде. Сегментирование рынка рекламы.

Задания к практическим занятиям раздела 2.

Тема практических занятий: Интернет-технологии в маркетинге.

Форма практического задания: дискуссия, контрольная работа

Темы дискуссий

1. Методы оценки конкурентной среды
2. Возможности интернет-технологий.
3. Виды интернет рекламы.
4. Тизерная реклама.
5. Цели медиамаркетинга

Темы контрольных

1. Технологии привлечения пользователей на сайт организации.
2. Контекстная реклама.
3. Медийна и банерная реклама в сети интернет.
4. Вирусная реклама.
5. Влияние на прибыль качественной рекламы

Рубежный контроль к разделу 2.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ.

Тема 3.1. Контекстная, тизерная реклама

Перечень изучаемых элементов содержания

Механизм, принципы работы контекстной рекламы. Примеры контекстноӣ и тизерной рекламы. Плюсы и минусы тизерной рекламы. Особенности применения тизерной рекламы

Тема 3.2. Медийная баннерная реклама.

Перечень изучаемых элементов содержания
Виды. Преимущества. Эффективность.
Задания к практическим занятиям раздела 3.
Тема практических занятий: Технологии продвижения в сети интернет.
Форма практического задания: дискуссия, контрольная работа
Темы дискуссий

1. Форматы рекламы для привлечения клиентов
2. Скандальные тизеры в интернете.
3. Преимущества и недостатки использования тизерной рекламы.
4. Трейлеры и «дразнилки»
5. Методы раскрутки

Темы контрольных

1. Платформы, на которой используется баннерная реклама
2. Стимулирование спроса
3. Влияние на количестово продаж
4. Формы баннерной рекламы
5. Правила создания эффективного баннера

Рубежный контроль к разделу 3.
Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 4. АНАЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ
Тема 4.1. Основы веб аналитики
Перечень изучаемых элементов содержания
Основные понятия. Цели. Инструменты и основные показатели веб. Привлечение целевой аудитории. Воронка продаж. Алгоритмы метрики.
Тема 4.2. Таргетинг и продвижение
Перечень изучаемых элементов содержания
Особенности. Преимущества. Способы размещения. Рациональное использование бюджета. Формирование рекламного сообщения. Состав расходов на рекламу.
Задания к практическим занятиям раздела 3.
Тема практических занятий: Способы привлечения потребителей в сети.
Форма практического задания: дискуссия, контрольная работа
Темы дискуссий

1. Конверсия сайта
2. Работа с целевой аудиторией
3. Гео-таргетинг.
4. Контекстный таргетинг.
5. Локальный таргетинг.
6. Психологический таргетинг.
7. Настройка таргетинга
8. Влияние на эмоциональное состояние покупателей.

Темы контрольных

1. Системы сбора и анализа данных система сбора и анализа данных
2. Практические задачи веб аналитики.
3. Поиск слабых мест бизнес-процессов.
4. Приемы анализа трендов
5. Особенности сквозной аналитики
6. Отслеживание рекламных каналов
7. Базовые сервисы отслеживания метрик
8. Комплексная аналитика
9. Отслеживание трафика
10. Работа с дашбордами

Рубежный контроль к разделу 4.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Эволюция подходов рекламных технологий в цифровой среде	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Сегментация цифровой среды	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Технологии продвижения	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Аналитика продвижения в сети	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Интернет-маркетинг и продвижение товаров в сети.
2. Интернет-реклама
3. Продвижение продукта в интернете.
4. Особенности работы с рекламодателем
5. Таргетинг
6. Цифровая среда
7. Структура и виды цифровой среды

Перечень тем контрольных работ к Разделу 1

1. Сущность и отличительные особенности связей с общественностью. PR в системе социальных технологий.
2. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ.
3. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе.
4. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью.
5. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты.
6. Базовые инструменты продвижения
7. Продвижение в политике

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Методы оценки конкурентной среды
2. Возможности интернет-технологий.
3. Виды интернет-рекламы.
4. Тизерная реклама.
5. Цели медиамаркетинга
6. Управление репутацией
7. Создание имиджа компании
8. Создание имиджа продвигаемого продукта
9. Конкурентный анализ
10. Методики расчетов стоимости работ

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2

1. Современные избирательные технологии в сфере связей с общественностью
2. Формирование имиджа политического лидера
3. Теория и практика политических манипуляций в современном мире

4. Продвижение в инвестиционной сфере
5. Продвижение в социальной сфере
6. "Спонсорство и благотворительность
7. Фандрайзинг
8. Продвижение в сети Интернет
9. Продвижение в социальных сетях
10. Продвижение деятельности организации в сети интернет

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Форматы рекламы для привлечения клиентов
2. Скандальные тизеры в интернете.
3. Преимущества и недостатки использования тизерной рекламы.
4. Трейлеры и «дразнилки»
5. Методы раскрутки
6. Язык разметки веб-страниц
7. Виды и способы разработки сайтов
8. Применение поисковых технологий
9. Конструкторы сайта
10. Построение технического задания для создания сайта.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 3

1. Технология рекламно-информационного воздействия
2. Проведении рекламных кампаний
3. Основные приемы рекламы в интернете
4. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере науки
5. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы образования и культуры
6. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере туризма и спорта
7. Особенности продвижения в сфере производства, торговли, услуг
8. Функции и цели продвижения в интернете
9. Функции интернет-маркетинга
10. Психология цвета

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Конверсия сайта
2. Работа с целевой аудиторией
3. Гео-таргетинг.
4. Контекстный таргетинг.
5. Локальный таргетинг.
6. Психологический таргетинг.
7. Настройка таргетинга
8. Влияние на эмоциональное состояние покупателей.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 4

1. Проведение имиджевых мероприятий
2. Разработка специальных мероприятий по продвижению
3. Рекламные акции в сети интернет
4. Составление медиаплана
5. Тестирование узнаваемости или осведомленности
6. Работа с фокус-группами
7. Психологические аспекты в рекламе
8. Модель оценки эффективности интернет рекламы

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводится в **устной** форме.

4.2. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.3. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (контрольная работа и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии и др.), и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга.

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.4. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.5. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Эволюция подходов рекламных технологий в цифровой среде	Контрольная работа	1. Виды рекламных технологий в цифровой среде. 2. Настройка поисковой оптимизации. 3. Продвижение товаров в социальных сетях.
		Контрольная работа	1. Продвижение товаров в мессенджерах. 2. История развития интернет-рекламы 3. Основные инструменты для продвижения в интернете
2	Раздел 2. Сегментация цифровой среды	Контрольная работа	1. Технологии привлечения пользователей на сайт организации. 2. Контекстная реклама. 3. Медийна и банерная реклама в сети интернет. 4. Вирусная реклама. 5. Влияние на прибыль качественной рекламы
		Контрольная работа	1. Ассортиментный анализ 2. Построение бюджета на рекламу 3. Планирование рекламы 4. Оценка эффективности работ 5. Инструменты в цифровой среде
3	Раздел 3. Технологии продвижения.	Контрольная работа	1. Платформы на которой используется баннерная реклама 2. Стимулирование спроса 3. Влияние на количестово продаж 4. Формы баннерной рекламы 5. Правила создания эффективного баннера
		Контрольная работа	1. Виды баннерной рекламы 2. Работа веб-дизайнера 3. Строение технического задания 4. Работа с подрядчиками 5. Использование аутсорсинга в рекламе
4	Раздел 4. Аналитика продвижения в сети	Контрольная работа	1. Системы сбора и анализа данных система сбора и анализа данных 2. Практические задачи веб аналитики. 3. Поиск слабых мест бизнес-процессов. 4. Приемы анализа трендов
		Контрольная работа	1. Особенности сквозной аналитики 2. Отслеживание рекламных каналов 3. Базовые сервисы отслеживания метрик 4. Комплексная аналитика 5. Отслеживание трафика 6. Работа с дашбордами

4.6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Сущность и отличительные особенности связей с общественностью. PR в системе социальных технологий. 2. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ. 3. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе. 4. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью. 5. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты. 6. Базовые инструменты продвижения 7. Продвижение в политике 8. Современные избирательные технологии в сфере связей с общественностью 9. Формирование имиджа политического лидера 10. Теория и практика политических манипуляций в современном мире 11. Продвижение в инвестиционной сфере 12. Продвижение в социальной сфере 13. "Спонсорство и благотворительность 14. Фандрайзинг 15. Продвижение в сети Интернет 16. Продвижение в социальных сетях 17. Продвижение деятельности организации в сети интернет 18. Технология рекламно-информационного воздействия 19. Проведении рекламных кампаний 20. Основные приемы рекламы в интернете
ПК-1	21. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере науки 22. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы образования и культуры 23. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере туризма и спорта 24. Особенности продвижения в сфере производства, торговли, услуг 25. Функции и цели продвижения в интернете 26. Функции интернет-маркетинга 27. Психология цвета 28. Проведение имиджевых мероприятий 29. Разработка специальных мероприятий по продвижению 30. Рекламные акции в сети интернет 31. Составление медиаплана 32. Рекламная продукция 33. Модель оценки эффективности интернет рекламы 34. Тестирование узнаваемости или осведомленности 35. Работа с фокус-группами 36. Психологические аспекты в рекламе 37. Использование музыки в связях с общественностью 38. Каналы распространения рекламы в сети интернет 39. Особенности рекламы в мессенджерах 40. Реклама в социальных сетях

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: . – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – DOI 10.23681/686507. – Текст : электронный.

Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/535593

5.1.2. Дополнительная литература

Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/541448

Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/545098

Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/543732

Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478 – ISBN 978-5-4499-3047-7. – DOI 10.23681/686478. – Текст : электронный.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и	https://e.lanbook.com/

		гуманитарным наукам.	

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционным занятиям заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекционному занятию, поскольку оно является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте конспект предыдущего лекционного занятия;
- ознакомьтесь с материалом учебников и учебных пособий по теме предыдущего лекционного занятия;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме предыдущего лекционного занятия на полях лекционной тетради;
- запишите вопросы, которые вы зададите лектору на предстоящем лекционном занятии по материалу предыдущего лекционного занятия;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического, техники безопасности при проведении занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при выполнении задания;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленный к сдаче на контроль и оценку отчет сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "КонсультантПлюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.		Протокол заседания Ученого совета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ В.В. Сазонова
«19» февраля 2025 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕХНОЛОГИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры инклюзивных социальных групп.

Протокол № 7 от «19» февраля 2025 года

Заведующий кафедрой

кандидат педагогических наук _____ В.В. Сазонова

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 8
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 9
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 10
3.3.1. Средства информационных технологий 10
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 10
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 10
3.4. Образовательные технологии 10
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 12
Приложение 1. 13
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 13
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 19
Приложение 2. 25
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 25
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 25
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 32
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 34
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 35
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 36

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о процессах инклюзивного образования с последующим применением в области профессиональной деятельности в сфере образования; в наделении студентов компетенциями для решения профессиональных задач.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Ознакомление с особенностями и технологиями инклюзивного взаимодействия;
2. Формирование системы знаний об особых коммуникативных потребностях различных категорий людей с ограниченными возможностями здоровья;
3. Формирование представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения;
4. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия и формирования безбарьерной среды.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Кон и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи. УК-1.2 Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия на основе синтеза и критического анализа информации. УК- 1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	*Знать:* основы системного подхода; принципы анализа социальной ситуации для выявления социальных проблем; принципы постановки цели и задач, теоретические основы стратегического планирования; основы теории аргументации; *Уметь:* критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией из разных источников; реализовать анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода; вырабатывать стратегию действий.

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.1. Объективно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы для достижения поставленных целей. УК-6.2. Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития.	*Знать:* методы оценки собственных ресурсов и управления ими при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; *Уметь:* оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; использовать инструменты непрерывного образования, возможности развития профессиональных компетенций.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**36**	**36**			
Лекционные занятия	16	16			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	12	12			
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8	8			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**27**	**27**			
Контроль промежуточной аттестации	**9**	**9**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет*				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 1**		**Курс 2**	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**8**		**8**		
Лекционные занятия	4		4		
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4		4		

из них: в форме практической подготовки						
Лабораторные занятия						
из них: в форме практической подготовки						
Консультации						
из них: в форме практической подготовки						
Самостоятельная работа обучающихся	**60**		**60**			
Контроль промежуточной аттестации	**4**		**4**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет*					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**		**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе	**32**	**14**	**18**	**8**		**6**				**4**	
Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью	18	8	10	4		4				2	
Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими ОВЗ и инвалидность	14	6	8	4		2				2	
Раздел 2. Концептуальные основы инклюзивной культуры	**31**	**13**	**18**	**8**		**6**				**4**	
Тема 2.1. Нормативная и правовая база обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ	15	7	8	4		2				2	
Тема 2.2. Техническое обеспечение возможностей лиц с ОВЗ	16	6	10	4		4				2	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**16**		**12**				**8**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**ятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1, Сессии 3-4)											
Раздел 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью	17	15	2	1		1					
Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими ОВЗ и инвалидность	17	15	2	1		1					
Раздел 2. Концептуальные основы инклюзивной культуры	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Нормативная и правовая база обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ	17	15	2	1		1					
Тема 2.2. Техническое обеспечение возможностей лиц с ОВЗ	17	15	2	1		1					
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью

Перечень изучаемых элементов содержания

Классификация лиц с различными нарушениями развития. Типологические особенности лиц с нарушениями слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, задержкой психического развития, интеллектуальным нарушением расстройством аутистического спектра, синдромом дефицита внимания и гиперактивностью, сложными нарушениями развития.

Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими различные ОВЗ и инвалидность

Перечень изучаемых элементов содержания

Особенности взаимодействия и правила общения с лицами с нарушениями слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, задержкой психического развития, интеллектуальным нарушением расстройством аутистического спектра, синдромом дефицита внимания и гиперактивностью, сложными нарушениями развития.

РАЗДЕЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНКЛЮЗИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Тема 2.1. Нормативная и правовая база обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ

Перечень изучаемых элементов содержания

Конвенция о правах инвалидов (ООН). Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в РФ». Федеральный закон от 1.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов». Постановление от 29.03.2019 года № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" (до 2025 года). Стандарты формирования безбарьерной среды для инвалидов. Нормативное регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды. Требования Федерального закона от 30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений».

Тема 2.2. Техническое обеспечение возможностей лиц с ОВЗ

Перечень изучаемых элементов содержания

Применение строительных норм и правил (СНиП) и сводов правил (СП). СНиП 35- 01-2001 "Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения"; РДС 35-201-99 «Порядок реализации требований доступности для инвалидов к объектам социальной инфраструктуры»; СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения»; СП 35-102-2001 "Жилая среда с планировочными элементами, доступными инвалидам"; СП 35-103-2001 "Общественныездания и сооружения, доступные маломобильным посетителям"; СП 35-104-2001 "Здания и помещения с местами труда для инвалидов"; СНиП 31-06-2009 "Общественные здания и сооружения"; ГОСТ Р 51631-2008 «Лифты пассажирские. Технические требования доступности, включая доступность для инвалидов и других маломобильных групп населения»; ГОСТ Р 51630-2000 «Платформы подъемные с вертикальным и наклонным перемещением для инвалидов. Технические требования доступности»; ГОСТ Р 52131- 2003 «Средства отображения информации знаковые для инвалидов»; ГОСТ Р 51671-2000. «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; ГОСТ Р 52875- 2007 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1.1. Основная литература

1. Аксенова, Л. И. Абилитационная педагогика : учебное пособие для вузов / Л. И. Аксенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05409-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540090 (дата обращения: 22.01.2025).
2. Фуряева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19370-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/556366 (дата обращения: 22.01.2025).
3. Фуряева, Т. В. Социальная инклюзия : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 189 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-07465-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541172 (дата обращения: 22.01.2025).

3.1.2. Дополнительная литература

1. Формирование безбарьерной образовательной среды : учебно-методическое пособие / составитель Н. Г. Минаева. — Саранск : МГПИ им. М.Е. Евсевьева, 2019. — 110 с. — ISBN 978-5-8156-1134-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/163514 (дата обращения: 21.01.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Адаптивная безопасно-развивающая среда в инклюзивном образовании: проектирование, особенности реализации для лиц с ограниченными возможностями здоровья : учебно-методическое пособие / под редакцией Р. Р. Магомедова, Е. С. Слюсаревой. — Ставрополь : СГПИ, 2020. — 136 с. — ISBN 978-5-6044707-5-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/193040 (дата обращения: 21.01.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Вишнякова, Ю. А. Инклюзивное искусство : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 138 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13762-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544011 (дата обращения: 22.01.2025).
4. Педагогика дополнительного образования. Работа с детьми с особыми образовательными потребностями : учебное пособие для вузов / Л. В. Байбородова [и др.] ; под редакцией Л. В. Байбородовой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06162-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538024 (дата обращения: 22.01.2025).

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. «Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе»
Форма рубежного контроля: компьютерное тестирование
Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Какая формулировка наиболее корректна для использования в общении?
А) Инвалид.
Б) Человек с инвалидностью.
В) Лицо с ограниченными возможностями.

2. Как лучше поступить при знакомстве с человеком, у которого протез руки?
А) Исключить рукопожатие, если у человека протез.
Б) Выдержать достаточную паузу, чтобы передать инициативу рукопожатия собеседнику.
В) Протянуть руку для приветствия, не акцентируя внимание на инвалидности.

3. Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по слуху?
А) Глухонемой.
Б) Глухой или слабослышащий человек.
В) Человек с патологией слуха.

4. Как построить общение с тотально слепоглухим человеком?
А) Использовать дактильную азбуку – из ладони в ладонь.
Б) Говорить внятно и громко, повернувшись лицом к собеседнику.
В) Использовать русский жестовый язык.

5. Какая формулировка вопроса более корректная при общении с незрячим человеком?
А) Вы смотрели этот фильм?
Б) Вы слушали этот фильм?
В) С незрячим человеком некорректно обсуждать фильмы, чтобы не поставить его в неловкое положение.

6. Допустимо ли незрячему человеку заходить в учебное заведение, больницу, театр или транспорт с собакой-проводником?
А) Допустимо в любом случае, поскольку именно собака позволяет человеку с инвалидностью ориентироваться в пространстве
Б) На усмотрение охраны или владельцев – всё зависит от правил, установленных в конкретном месте.
В) Недопустимо, собаку необходимо оставлять у входа.

7. Людям с какими формами инвалидности может потребоваться помощь тифлосурдопереводчика?
А) Людям с нарушениями зрения (незрячие, слабовидящие).
Б) Людям с одновременным нарушением слуха и зрения (слепоглухим).
В) Людям с нарушением слуха (глухие, слабослышащие).

8. Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по зрению?
А) Незрячий или слабовидящий человек.
Б) Слепой или невидящий человек.
В) Человек с остатками зрения.

9. Как привлечь внимание незнакомого незрячего человека, если вы хотите оказать ему помощь?
А) Взять за белую трость и проводить человека.
Б) Коснуться руки и предложить помощь.
В) Окликнуть человека и сообщить, что нужно сделать.

10. Как обозначить слепоглухому человеку свое присутствие рядом с ним?
А) Заговорить с ним.
Б) Дотронуться до плеча или предплечья, а затем представиться.
В) Встать напротив и установить зрительный контакт.

11. Как построить общение с глухим человеком в сопровождении переводчика?
А) Необходимо обращаться непосредственно к глухому человеку.
Б) Следует обращаться к сопровождающему или переводчику.
В) Оба варианта допустимы.

12. Как построить общение со слабослышащим человеком?
А) Говорить четко и естественно.
Б) Смотреть прямо на человека, не загораживая лицо.
В) По возможности, уменьшить окружающий шум.
Г) Все перечисленные варианты.

Код контролируемой компетенции: УК-6
1. Что следует сообщать незрячему человеку при сопровождении по улице?
А) Ничего не говорить.
Б) Описывать архитектуру, вывески магазинов и все остальные объекты, мимо которых вы проходите.

В) Сообщать о ступенях лестниц, препятствиях и интересных объектах.

2. Чего следует избегать при общении с человеком с расстройством аутистического спектра?
А) Прикасаться к человеку, держать за руки.
Б) Использовать визуальные подсказки (рисунки или фотографии), чтобы объясниться.
В) Повторять имя человека в начале каждой фразы, обращенной к нему.

3. Что нужно сделать, если вы заметили, как незрячий человек поднимает белую трость горизонтально?
А) Не нужно ничего делать и отвлекать незрячего человека, когда он настраивает трость.
Б) Нужно подойти и уточнить, какая помощь необходима.
В) Не нужно ничего предпринимать – белая трость предназначена только для осмотра препятствий, не важно, поднята она или опущена.

4. Человек с инвалидностью обратился к вам с просьбой достать коляску из багажника машины и разложить ее. Какие ваши действия?
А) Спокойно достать коляску и подготовить её, не задавая лишних вопросов.
Б) Уточнить, как правильно достать и разложить коляску, чтобы не сломать её.
В) Предупредить, что вы услышали просьбу, и постараться найти человека, который обучен или имеет опыт обращения с креслами-колясками.

5. Как помочь незрячему человеку пересчитать сдачу при совершении им покупки?
А) Взять купюры в свои руки и положить ему в кошелек.
Б) Взять купюры в свои руки и передавать их в руку незрячему по одной, озвучивая номинал.
В) Взять купюры в свои руки, разобрать их по номиналу, передавать незрячему в руку по порядку от большего достоинства к меньшему, озвучивая номинал.

1. При переходе через дорогу вы увидели, как человек на кресле-коляске пытается преодолеть бордюр. Ваши действия?
А) Обратиться за помощью к окружающим людям, чтобы поднять коляску вместе.
Б) Взять коляску за раму и поднять передние колеса на бордюр.
В) Спросить у человека, нужна ли ему помощь и как лучше помочь.

2. Как правильно скорректировать направление движения незрячего человека в помещении?
А) Повернуть человека в нужную сторону, придерживая за плечо или предплечье.
Б) Взять за руку, в которой нет белой трости, и проводить.
В) Скоординировать словами: «Правее, левее, прямо» и т.д., или спросить, необходимо ли сопровождение

3. Вы заметили человека с инвалидностью в кресле-коляске, который находится в затруднительном положении, но угрозы жизни и здоровья нет. Какие ваши действия?
А) Спросить, нужна ли человеку помощь, и, при согласии, оказать ее.
Б) Если вы сами знаете, как решить проблему, лучше сразу сделать то, что необходимо.
В) Снять на видео, как человек в коляске преодолеет затруднительную ситуацию, чтобы поделиться в социальных сетях.

4. Как лучше сопровождать незрячего человека при передвижении на улице или в помещении?
А) Сопровождающему и незрячему человеку необходимо идти под руку, на одном уровне.
Б) Необходимо вести незрячего человека впереди себя, особенно при проходе через двери.
В) Незрячий человек должен держать сопровождающего за руку чуть выше локтя и находится чуть позади.

5. Если вы видите, что человек с инвалидностью не может встать со скамейки самостоятельно, как лучше поступить?
А) Наблюдать и ждать, когда человек сам попросит помощи.
Б) Предложить помощь и поинтересоваться, как лучше эту помощь оказать.
В) Постараться не обращать внимание на неловкую ситуацию или отвернуться.

6. Что нельзя делать, если человек с инвалидностью поставил трость или костыли в проходе, и они мешают окружающим?
А) Задавать вопрос о том, куда вы можете переставить костыли, чтобы они не мешали другим.
Б) Обращаться к человеку с инвалидностью с просьбой переставить костыли.
В) Самостоятельно переставлять костыли в более подходящее место.

7. Как начать общение с человеком с расстройством аутистического спектра?
А) Сначала аккуратно дотронуться до плеча или ладони, чтобы обратить на себя внимание.
Б) Начать разговор первым.
В) Лучше подождать, пока человек с аутизмом подойдет и начнёт разговор первым.

8. Какая просьба по отношению к человеку, использующему кресло-коляску, будет корректной?
А) «Проходите».
Б) «Проезжайте».
В) Оба варианта некорректны

9. Как построить общение с человеком, у которого выраженные нарушения речи?
А) Допустимо помогать человеку, договаривая за него фразы.
Б) Переспросить, если непонятно.
В) Постараться говорить в ответ медленно и громко.

Раздел 2. «Концептуальные основы инклюзивной культуры»
Форма рубежного контроля: компьютерное тестирование
Вопросы рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. Как правильно называется специалист, который помогает общаться глухим и слышащим людям?
А) Сурдопереводчик
Б) Тифлокомментатор.
В) Переводчик русского жестового языка.

2. Как правильно называется собака, которая помогает людям с нарушением зрения передвигаться и ориентироваться в пространстве?

А) Собака проводник для незрячего человека
Б) Собака-поводырь
В) Собака-проводник

3. Как называется специалист, лаконично описывающий предмет, пространство или действия вокруг, которые непонятны незрячему или слабовидящему человеку?
А) Суфлёр.
Б) Тифлопедагог.
В) Тифлокомментатор.

4. Какие действия должен предпринять собственник объекта, недоступного для людей с инвалидностью?
А) Разместить предупреждающий знак о недоступности объекта.
Б) Разработать план по адаптации объекта с учетом организационных, технических и финансовых возможностей.
В) Закрыть объект для обслуживания до проведения капитального ремонта или реконструкции.

5. Несоблюдение правил по обеспечению доступной среды является нарушением закона?
А) Не является правонарушением.
Б) Является административным правонарушением.
В) Является уголовным правонарушением.

6. Какое устройство предназначено для общения со слабослышащим человеком, использующим слуховой аппарат или кохлеарный имплант?
А) Звуковой маяк.
Б) Тифлофлешплеер.
В) Индукционная система.

7. Для каких категорий людей важно дублировать при помощи субтитров голосовую информацию, сопровождающую видеоматериалы?
А) Для людей с нарушениями зрения.
Б) Для людей с нарушениями речи.
В) Для людей с нарушениями слуха.

8. Какой диаметр зоны нажатия кнопки вызова помощи соответствует действующим нормам?
А) Не менее 10 мм.
Б) Не менее 50 мм.
В) В зависимости от задания на проектирование.

Код контролируемой компетенции: УК-6

1. Какие действия сопровождающего лица допустимы при проезде в городском пассажирском транспорте?
А) Зайти в транспортное средство и предложить другим пассажирам освободить место для человека с инвалидностью.

Б) Зайти в транспортное средство, осмотреться и проводить человека с инвалидностью к свободному месту.
В) Пользоваться только услугами такси.

2. Какие элементы доступности общественного транспорта делают посадку незрячего или слабовидящего пассажира безопаснее?
А) Брайлевские таблички в салоне.
Б) Брайлевские надписи на кнопках STOP на поручнях.
В) Системы информирования и ориентирования.

3. Какие средства адаптации объекта необходимы людям с нарушениями опорно-двигательного аппарата?
А) Первая и последняя ступенька отмечаются контрастной полосой.
Б) К началу и концу длины перил добавляется 30 см.
В) Нумерация этажей дублируется информационными тактильными табличками.

4. Что из перечисленного является средством альтернативной и дополнительной коммуникации, предназначенным для помощи в общении с окружающими?
А) Айтрекер.
Б) Брайлевский шрифт.
В) Мнемосхема.

5. Какая информация на сайте организации должна быть доступна для незрячих людей?
А) Только текстовая информация.
Б) Должна быть сделана альтернативная версия сайта, содержащая только самую важную информацию.
В) Должна быть доступна вся информация на сайте, включая рисунки, фотографии, таблицы и т.п.

6. Где должен размещаться знак доступности объекта для людей с инвалидностью по зрению?
А) На входной двери в здание.
Б) Перед входом в здание, с любой стороны стены, где есть достаточный обзор.
В) Рядом с входной дверью, на стене, со стороны расположения дверной ручки.

7. В каких случаях допустимо использовать интерактивный информационный дисплей на объекте?
А) Если дисплей оснащен программным обеспечением для доступа всех категорий посетителей с инвалидностью.
Б) Если дисплей размещен на высоте 0,85-1,1 м от уровня пола, и к нему обеспечен свободный доступ для людей, передвигающихся на коляске.
В) При соблюдении всех перечисленных условий.

8. На какую ступень наносится контрастная полоса для ориентирования слабовидящих людей?
А) На каждую ступень.
Б) На первую ступень.
В) На первую и последнюю ступень.

1. Что такое «сенсорная карта объекта»?
А) Навигационная схема, адаптированная для людей с сенсорными нарушениями (зрения или слуха).
Б) Карта, на которой обозначены места избыточного шума, освещенности и комнаты «сенсорной разгрузки».
В) Тактильная карта для слабовидящих и незрячих людей с различными рельефными обозначениями.

2. Для чего на прозрачных дверях размещают желтые круги?
А) Специальный круг на двери – это элемент универсального дизайна.
Б) Маркировка помогает слабовидящему человеку заметить прозрачную дверь.
В) Желтый круг указывают именно ту дверь, в которую необходимо проходить человеку с инвалидностью.

3. Вы видите человека в кресле-коляске с электроприводом, который остановился на проезжей части и не может привести в действие коляску при помощи пульта управления. Что нужно предпринять, чтобы обезопасить человека?
А) Поставить знак аварийной остановки и вызвать специалистов, так как передвигать коляску в ручном режиме невозможно.
Б) Призвать окружающих на помощь, поднять коляску с пользователем и перенести в безопасное место, так как передвигать коляску в ручном режиме невозможно.
В) Перевести рычаг двигателей в ручное управление и докатить коляску до безопасного места.

4. Что следует предусмотреть в кабине лифта для обеспечения его доступности для людей с нарушением зрения?
А) Правила пользования лифтом, напечатанные рельефно-точечным шрифтом Брайля.
Б) Тактильные указатели у дверей кабины лифта.
В) Автоматический речевой оповещатель направления движения лифта и номера этажа.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 1)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 3-4)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для	1-17

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
	решения поставленных задач	
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	18-25
Всего		25

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В настоящее время приоритетным подходом к пониманию инвалидности признается:

1) Медицинская модель
2) Экономическая модель
3) Религиозная модель
4) Социальная модель

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Модель независимой жизни заключается в том, что:

1) Люди с инвалидностью неспособны к самообеспечению, профессионально несостоятельны и материально лишены, государство должно проявить заботу об этой категории граждан
2) Инвалидность понимается как медицинская проблема, требующую постановки диагноза, лечения и реабилитации
3) Люди с инвалидностью способны к самостоятельному принятию решений относительно собственной жизни
4) Необходимо пересмотреть построенную среду, усовершенствовать архитектуру и технологии, максимально приспособив их под нужды всех людей

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Согласно этой модели инвалидность понимается как личная проблема, а ограниченные возможности рассматриваются в контексте взаимосвязи между отдельным человеком и его недугом. Это:

1) модель сегрегации
2) медицинская модель
3) модель дискриминации
4) модель защищенности

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В научной литературе и социальной практике сложились разные модели понимания сущности инвалидности, взаимоотношений инвалида и общества. Исключите неверный ответ.

1) Культурологическая модель
2) Медицинская модель

3) Экономическая модель
4) Социальная модель
Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Предмет, являющийся международным признаком слепого человека:
1) тёмные очки
2) собака-поводырь
3) белая трость
4) все верно
Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*
Какая формулировка наиболее корректна для использования в общении?
1) Инвалид
2) Человек с инвалидностью
3) Лицо с ограниченными возможностями
4) Лицо с ограниченными возможностями здоровья
Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по слуху?
1) Глухонемой
2) Глухой или слабослышащий человек
3) Человек с патологией слуха
4) Глухой и немой
Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Как наиболее корректно назвать человека с инвалидностью по зрению?
1) Незрячий или слабовидящий человек.
2) Слепой или невидящий человек
3) Человек с остатками зрения
4) Совершенно слепой
Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*
Своеобразная форма речи, воспроизводящая посредством пальцев рук орфографическую форму слова речи:
1) Дактилология
2) Русский жестовый язык
3) Калькирующая жестовая речь
4) Всё верно
Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Система Брайля предназначена для…

1) Незрячих
2) Умственно отсталых
3) Глухонемых
4) Слабослышащих

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Каких пандусов не существует?

1) подставные пандусы
2) отставные пандусы
3) откидные пандусы
4) перекатные пандусы

Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Индукционная система для слабослышащих

1) выполняет передачу звуковых сигналов в слуховые аппараты
2) система указателей для слабослышащих
3) система зрительных ориентиров для слабослышащих
4) комплект приборов для социально-бытовой реабилитации

Ответ _____

13. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Назовите элементы зданий и сооружений, которые подлежат адаптации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Ответ _____

14. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ*

Определите барьеры окружающей среды при полной потере зрения

Ответ _____

15. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Определите барьеры окружающей среды для передвигающихся на кресле-коляске

Ответ _____

16. *Прочитайте текст и запишите ответ*

Определите барьеры окружающей среды при полной потере слуха

Ответ _____

17. *Прочитайте текст и запишите ответ*

4. Дайте определение и приведите примеры ассистивных/вспомогательных технологий

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-6

18. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Система знаков, применяемая для обучения и письменной коммуникации слепых:

1) Дактильная азбука
2) Шрифт Брайля
3) Русский жестовый язык
4) Всё верно

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В настоящее время детей с ДЦП учат ходить с помощью:

1) Беговой дорожки
2) Экзоскелета
3) Нейрокомпьютерного интерфейса
4) Биометрического анализатора

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Инклюзивное образование, согласно ФЗ «Об образовании в РФ» (от 29.12.12. №273) – это:

1) Создание оптимальных условий для социализации для детей с ОВЗ и инвалидностью
2) Создание оптимальных условий для нравственного развития нормально развивающихся детей
3) Обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей
4) Все верно

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Как построить общение с тотально слепоглухим человеком?

1) Использовать дактильную азбуку – из ладони в ладонь
2) Говорить внятно и громко, повернувшись лицом к собеседнику
3) Использовать русский жестовый язык
4) Использовать шрифт Брайля

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Какая формулировка вопроса более корректная при общении с незрячим человеком?

1) Вы смотрели этот фильм?
2) Вы слушали этот фильм?
3) С незрячим человеком некорректно обсуждать фильмы, чтобы не поставить его в неловкое положение.
4) С незрячим человеком некорректно обсуждать фильмы, лучше обратиться к его зрячему компаньону

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Людям, с какими формами инвалидности может потребоваться помощь тифло-сурдопереводчика?

1) Людям с нарушениями зрения (незрячие, слабовидящие)
2) Людям с одновременным нарушением слуха и зрения (слепоглухим)
3) Людям с нарушением слуха (глухие, слабослышащие)
4) Людям пользующимся жестовым языком

Ответ _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

5. Как привлечь внимание незнакомого незрячего человека, если вы хотите оказать ему помощь?

1) Взять за белую трость и проводить человека
2) Коснуться руки и предложить помощь
3) Окликнуть человека и сообщить, что нужно сделать
4) Помахать ему рукой или похлопйть по плечу

Ответ _____

25. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Отказ в приеме на работу и продвижении по службе, трудоустройство преимущественно на низкоквалифицированные и низкооплачиваемые рабочие места в отношении инвалидов характеризует:

1) Модель экономической необходимости
2) Модель дискриминации
3) Модели социальной защищенности
4) Модель благотворительности и милосердия

Ответ _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами,

конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая под-

готовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью

Цели занятия: рассказать о поддержке образования для всех слоёв населения, уделяя особое внимание снятию препятствий для участия в обучении студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Классификации и особенности лиц с нарушениями слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, соматическими заболеваниями, интеллектуальными нарушениями, расстройства аутистического спектра, синдром дефицита внимания и гиперактивность, сложные нарушения развития.

Инклюзивное (франц. inclusif – включающий в себя, от лат. include – заключаю, включаю) или включенное образование – термин, используемый для описания процесса обучения детей с особыми потребностями в общеобразовательных (массовых) школах. В основу инклюзивного образования положена идеология, которая исключает любую дискриминацию детей, которая обеспечивает равное отношение ко всем людям, но создает особые условия для детей, имеющих особые образовательные потребности. Инклюзивное образование - процесс развития общего образования, который подразумевает доступность образования для всех, в плане приспособления к различным нуждам всех детей, что обеспечивает доступ к образованию для детей с особыми потребностями.

Обоснование необходимости инклюзивного образования:

- обязательства по правам человека и правам детей должны рассматриваться в равной степени;
- анализ того, что отвечает истинным интересам каждого ребенка, определяет, что именно является для него благом. Факты говорят, что институционная (например, в интернатах, школах-интернатах) опека далеко не всегда отвечает интересам опекаемых людей;
- анализ данных говорит о том, что социальные услуги улучшаются в результате того, что становятся более гибкими и адаптируемыми.

Ключевые принципы инклюзивного образования:

- дети ходят в местный (находящийся рядом с домом) детский сад и школу;
- программы раннего вмешательства осуществляются на основе принципа инклюзии и готовят к интегративному (в российской практике "комбинированному") детскому саду. Все дети со специальными нуждами в обучении должны иметь право на место в детском саду;
- все дети участвуют во всех мероприятиях, где класс и школьная среда (спортивные мероприятия, представления, конкурсы, экскурсии и пр.) являются инклюзивными;
- индивидуальное детское обучение поддерживается совместной работой учителей, родителей и всеми теми, кто может оказать такую поддержку;
- инклюзивное образование, если оно основано на правильных принципах, помогает предотвратить дискриминацию в отношении детей и поддерживает детей с особыми потребностями в их праве быть равноправными членами своих сообществ и общества в целом

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими ОВЗ и инвалидность

Цели занятия: Ознакомить с основными нормами этики и общения с инвалидами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:
Этика построения коммуникации с людьми, имеющими нарушения слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, интеллектуальными нарушениями, расстройства аутистического спектра, синдром дефицита внимания и гиперактивность, сложные нарушения развития.
Основные нормы этики, которыми должны обладать все
лица, занятые проблемами инвалидности и инвалидов:
- ответственное отношение к людям и выполняемой работе;
- коммуникабельность, непредвзятость, корректность по отношению ко всем инвалидам;
- вежливость, внимательность, отзывчивость, способность отстоять собственное мнение без вступания в споры и оскорбления;
- умение слушать и слышать человека, учитывая его запросы, интересы, настроения;
- умение находить нужный тон, целесообразную форму общения в зависимости от индивидуальных особенностей человека;
- доброжелательность, способность непринужденно и увлекательно вести беседу, охотно помогать в решении проблемы;
- терпимость, эмоциональная уравновешенность, контроль над своими эмоциями, их проявлениями;
- порядочность и строгое соблюдение конфиденциальности;
- общительность, личное обаяние, приятная внешность.

Тема лекционного занятия: Тема 2.1. Нормативная и правовая база
обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ
Цели занятия: рассказать о документах, которые составляют нормативно-правовую базу в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Международные акты о правах инвалидов. Законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью. Региональные гарантии прав инвалидов. Конвенция о правах инвалидов (ООН). Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в РФ». Федеральный закон от 1.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов». Постановление от 29.03.2019 года № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" (до 2025 года).
Нормативно-правовую базу в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации составляют документы нескольких уровней:

- **международные** (подписанные СССР или Российской Федерацией);
- **федеральные** (Конституция, законы, кодексы – семейный, гражданский и др.);
- **правительственные** (постановления, распоряжения);
- **ведомственные** (Министерства образования СССР и Российской Федерации);
- **региональные** (правительственные и ведомственные).

Тема лекционного занятия: Тема 2.2. Техническое обеспечение возможностей лиц с ОВЗ
Цели занятия: Рассказать об использовании современных технологий и авторских дидактических средств, способов работы по формированию универсальных учебных действий
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Создание безбарьерной среды для людей с инвалидностью в образовательных организациях, учреждениях социальной защиты населения, медицинских организациях, учреждениях культуры.
Технологии в образовании - это объединение психологических и педагогических позиций, определяющих специальный набор и составление методов, форм, средств и приемов в учебно-

воспитательном процессе. По словам Дмитрия Сергеевича Лихачева «педагогическая технология-это организационно – методический инструментарий педагогического процесса». Игорь Павлович Волков под «педагогической технологией» понимал описание процессов достижения планируемых целей обучения.
К педагогическим технологиям можно отнести:
-проблемное, разноуровневое обучение;
-проектные и исследовательские методы обучения;
-лекционно-семинарско-зачѐтная система;
-технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр;
-обучение в сотрудничестве;
-информационно - коммуникационные технологии;
-здоровьесберегающие технологии.
Применяемая технология в образовании относительно лиц с ОВЗ связана с тем или иным типом нарушения: дети с нарушением слуха, со зрительным дефектом, с тяжелыми нарушениями речи, с нарушением функций опорно-двигательного аппарата, с задержкой психического развития, с нарушением интеллекта и эмоционально-волевой сферы. У таких детей существуют особые образовательные потребности.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

1.Психолого-педагогическая характеристика и этика построения коммуникации с людьми, имеющими нарушения:
2.Зрения;
3.Слуха;
4.Речи;
5.Опорно-двигательного аппарата;
6.Интеллектуальные нарушения;
7.Расстройство аутистического спектра;
8.Синдром дефицита внимания и гиперактивность;
9.Сложные нарушения развития.

РАЗДЕЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНКЛЮЗИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Форма практического задания: доклад с презентацией

Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео личных наблюдений) (опираясь на законодательство, расскажите, как должно быть правильно).
Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

Примерный перечень тем докладов к разделу 2:

Опыт создания безбарьерной среды ОАЭ

Опыт создания безбарьерной среды Японии

Опыт создания безбарьерной среды Кореи

Опыт создания безбарьерной среды США

Опыт создания безбарьерной среды Канады

Опыт создания безбарьерной среды Великобритании

Опыт создания безбарьерной среды Германии

Опыт создания безбарьерной среды Франции

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Написание эссе
Раздел 2. Концептуальные основы инклюзивной культуры	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата (доклада)

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной подготовки к Разделу 1:

1. Типологические особенности лиц с нарушениями органов зрения, слуха.
2. Типологические особенности лиц с нарушениями речи.
3. Типологические особенности лиц с задержкой психического развития, с детским церебральным параличом.
4. Типологические особенности лиц с интеллектуальным нарушением.
5. Типологические особенности лиц со сложными нарушениями развития.

Перечень тем эссе к разделу 1 на выбор:

1. Мой одноклассник с ограниченными возможностями здоровья.
2. Персонаж мировой художественной культуры (фильм, мультфильм, книга) с ограниченными возможностями здоровья, который мне запомнился/нравится.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной подготовки к Разделу 2:

1. Типологические особенности лиц с расстройством аутистического спектра, с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.

2. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими нарушения органов слуха и/или зрения, нарушениями речи.
3. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими церебральный паралич, имеющими иные нарушения двигательного аппарата.
4. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими интеллектуальные нарушения, имеющими расстройство аутистического спектра, имеющими синдром дефицита внимания и гиперактивность.
5. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими сложные нарушения развития.
6. Международные акты о правах инвалидов.
7. Законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью.
8. Региональные гарантии прав инвалидов.

Перечень тем рефератов к разделу 2:

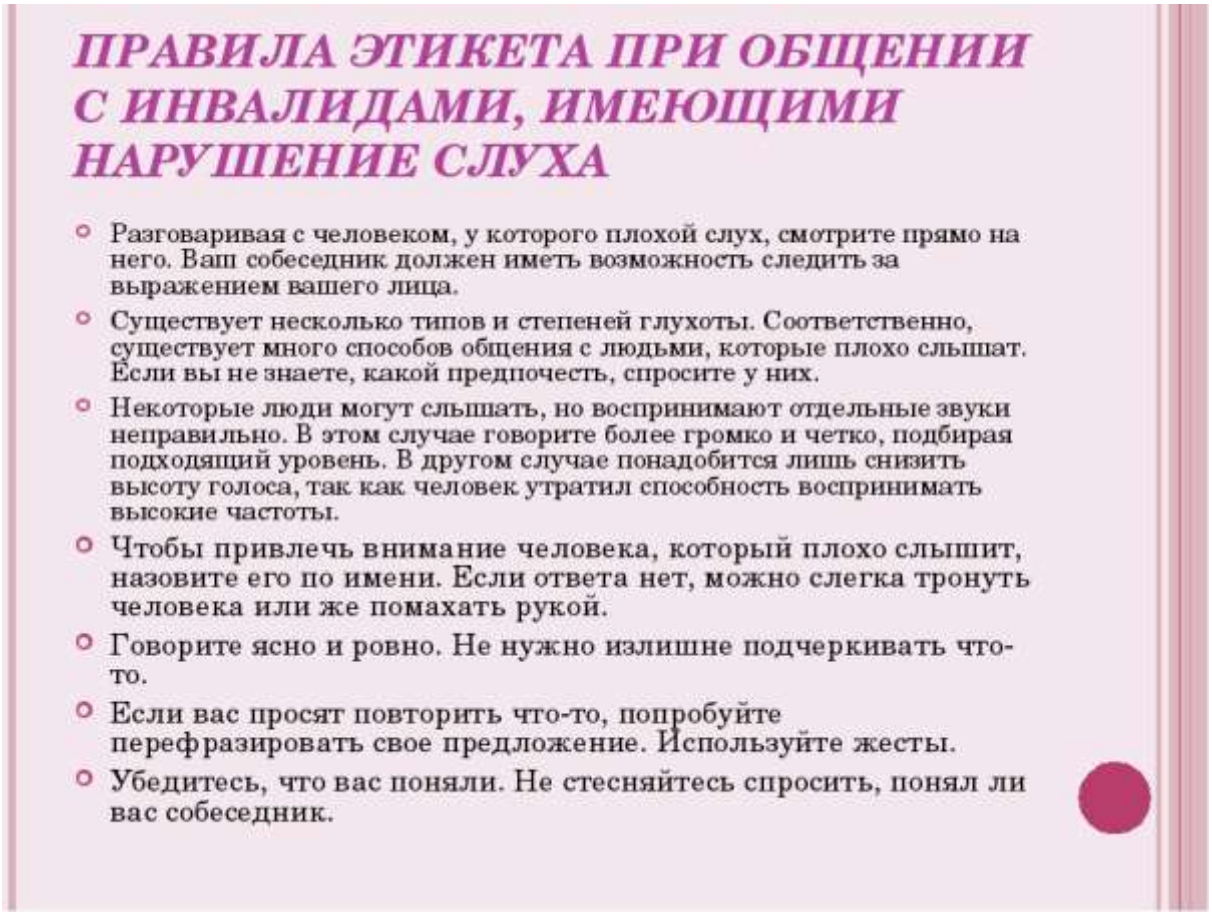
1. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих нарушения слуха.
2. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих нарушения зрения.
3. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих нарушения речи.
4. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих церебральный паралич.
5. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих интеллектуальные нарушения.
6. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих расстройство аутистического спектра.
7. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих синдром дефицита внимания и гиперактивность.
8. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих сложные нарушения развития.

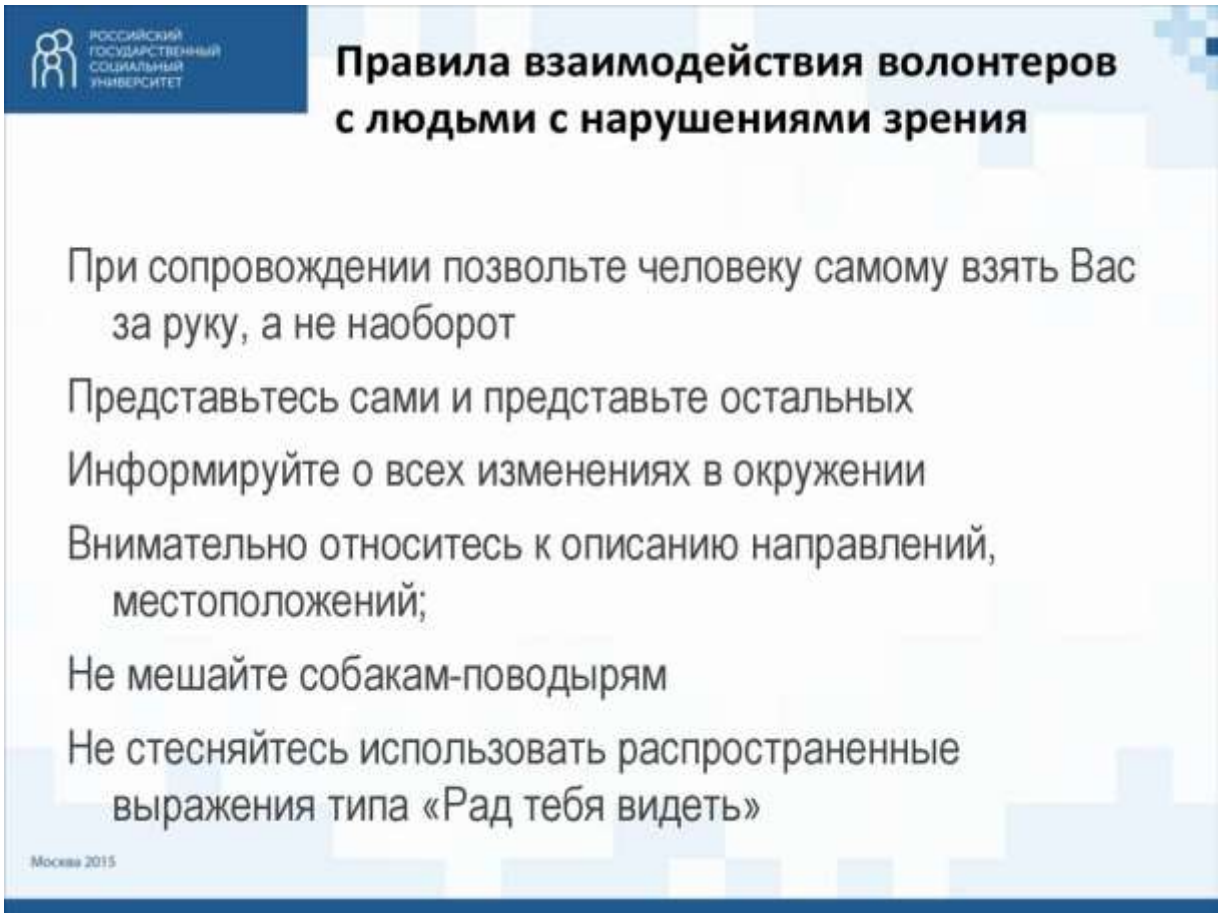
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе.

Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью.

Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими различные ОВЗ и инвалидность.


ПРАВИЛА ЭТИКЕТА ПРИ ОБЩЕНИИ С ИНВАЛИДАМИ, ИМЕЮЩИМИ НАРУШЕНИЕ СЛУХА
Разговаривая с человеком, у которого плохой слух, смотрите прямо на него. Ваш собеседник должен иметь возможность следить за выражением вашего лица.
Существует несколько типов и степеней глухоты. Соответственно, существует много способов общения с людьми, которые плохо слышат. Если вы не знаете, какой предпочесть, спросите у них.
Некоторые люди могут слышать, но воспринимают отдельные звуки неправильно. В этом случае говорите более громко и четко, подбирая подходящий уровень. В другом случае понадобится лишь снизить высоту голоса, так как человек утратил способность воспринимать высокие частоты.
Чтобы привлечь внимание человека, который плохо слышит, назовите его по имени. Если ответа нет, можно слегка тронуть человека или же помахать рукой.
Говорите ясно и ровно. Не нужно излишне подчеркивать что-то.
Если вас просят повторить что-то, попробуйте перефразировать свое предложение. Используйте жесты.
Убедитесь, что вас поняли. Не стесняйтесь спросить, понял ли вас собеседник.


РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Правила взаимодействия волонтеров с людьми с нарушениями зрения
При сопровождении позвольте человеку самому взять Вас за руку, а не наоборот
Представьтесь сами и представьте остальных
Информируйте о всех изменениях в окружении
Внимательно относитесь к описанию направлений, местоположений;
Не мешайте собакам-поводырям
Не стесняйтесь использовать распространенные выражения типа «Рад тебя видеть»
Москва 2015

Тема 2.1. Нормативная и правовая база обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ.

Тема 2.2. Технологии возможностей и безбарьерной среды.

Основные структурно-функциональные зоны					
Территория прилегающая к зданию детского сада	**Доступно**	**Доступно**	**Доступно**	**Доступно**	**Доступно**
Вход в здание	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Пути движения внутри здания	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Зона целевого назначения	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Санитарно-гигиенические помещения (туалет)	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Система информации и связи	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**
Пути движения к объекту (от остановки транспорта)	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**
Парковочное место	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____ С.В. Пивнева
«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ВВЕДЕНИЕ В АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 10
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) . 10
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 11
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
3.3.1. Средства информационных технологий 11
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 11
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 12
3.4. Образовательные технологии 12
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 12
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 14
Приложение 1. 15
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 15
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 15
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 16
Приложение 2. 21
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 21
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 21
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 29
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 34
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 36
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 39

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об информационных системах и технологиях с последующим применением в профессиональной сфере, в формировании практических навыков по информационной безопасности, развитию навыков поиска, критического анализа и синтеза информации.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.
3. Научить анализировать информацию, грамотно составлять поисковые запросы, снижать круг поиска до приемлемых величин, а также убеждаться в достоверности информации.
4. Формировать представления о приемах, поисковых сайтах и программах для специализированного поиска информации.
5. Обучить навыкам работы с наиболее интересными системами веб-аналитики.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи.	*Знать*: основы поиска информации в информационных системах *Уметь*: работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами
	УК-1.2. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия на основе синтеза и критического анализа информации.	*Знать*: виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними *Уметь*: использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения поставленных задач
	УК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	*Знать*: о существующем ассортименте платформ и инструментальных программно-аппаратных средств для реализации информационных систем. *Уметь*: работать с большими объемами информации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**36**		**36**		
Лекционные занятия	16		16		
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	12		12		
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	8		8		
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**27**		**27**		
Контроль промежуточной аттестации	**9**		**9**		
Форма промежуточной аттестации	*Зачет*		*Зачет*		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**		**72**		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**8**	**8**			
Лекционные занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	4	4			
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**60**	**60**			
Контроль промежуточной аттестации	**4**	**4**			
Форма промежуточной аттестации	*Зачет*	*Зачет*			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	**ятельная**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**

			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 2)											
Раздел 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах	**31**	**13**	**18**	**8**		**6**				**4**	
Тема 1.1. Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации	8	3	5	2		2				1	
Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа	8	3	5	2		2				1	
Тема 1.3. Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации	7	3	4	2		1				1	
Тема 1.4. Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации	8	4	4	2		1				1	
Раздел 2. Работа с большими данными	**32**	**14**	**18**	**8**		**6**				**4**	
Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц	8	3	5	2		2				1	
Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников	8	3	5	2		2				1	
Тема 2.3. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста	8	4	4	2		1				1	
Тема 2.4. Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску	8	4	4	2		1				1	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**16**		**12**				**8**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 1, Сессии 1-2)											
Раздел 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах	**32**	**28**	**4**	**2**		**2**					
Тема 1.1. Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации	8	7	1	0,5		0,5					
Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа	8	7	1	0,5		0,5					
Тема 1.3. Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации	8	7	1	0,5		0,5					
Тема 1.4. Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации	8	7	1	0,5		0,5					
Раздел 2. Работа с большими данными	**36**	**32**	**4**	**2**		**2**					
Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц	9	8	1	0,5		0,5					
Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников	9	8	1	0,5		0,5					
Тема 2.3. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста	9	8	1	0,5		0,5					
Тема 2.4. Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску	9	8	1	0,5		0,5					
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. АНАЛИТИЧЕСКАЯ РАБОТА В ГЛОБАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

Тема 1.1. Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Сущность информационно-аналитической работы. Принципы информационно-аналитической работы. Общие методы информационно-аналитической работы. Законы информационно-аналитической работы. Модель вычислительной системы, принадлежащей фон Нейману. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа

Перечень изучаемых элементов содержания

Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Понятие системы, характеристика основных определений системы, свойства и структура систем. Понятие системного анализа и его основные принципы. Виды категорий системного анализа. Основные представления системного анализа как методологии решения проблем.

Тема 1.3. Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Этапы проведения системных исследований. Три рабочие фазы проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации. Декомпозиция поискового запроса. Дополнительный поиск и перекрестные проверки для подтверждения достоверности полученных данных. Средства контроля достоверности информации. Подготовка заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ. Дополнительные требования профессионального поиска в Интернете: полнота, достоверность, скорость. Основная задача поисковых систем. Условное разделение поисковых систем на два класса. Три основных и принципиально одинаковых функций работы поисковых машин. Специальная программа-робот спайдер (spider, паук) для построения списка слов, найденных на странице. Работа поис-

ковой машины на примере. Обзор поисковых систем. Рекомендации по практическому нахождению информации с помощью поисковых систем. Дополнительные операторы, позволяющие получить дополнительную информацию о поиске. Работа с различными числовыми данными

Тема 1.4. Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие информации. Информационный канал. Подходы к определению информации. Теория К. Шеннона. Основные аспекты теории информации. Источник информации. Первичные источники информации. Вторичные источники информации. Классификация информационных ресурсов сети Интернет. Структура источников деловой информации. Основные критериальные характеристики информационного поиска. Оценки результатов поиска информации. Информация из поискового массива. Закон целевой достаточности информации. Дискретные и непрерывные сообщения, передатчик, канал передачи, приемник, получатель. Кибернетико-семиотический подход к теории информации. Структурно-синтаксический, логико-семантический и прагматический аспекты природы информации. Прагматический аспект понятия «информации». Оценка достоверности информации по схеме Кента. Категории альтернативных источников информации. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

РАЗДЕЛ 2. РАБОТА С БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие больших данных. Направления применения больших данных. История развития наукометрии. Наукометрическая база данных. Какие наукометрические базы данных есть в России. Основные наукометрические показатели. Виды научных баз данных. Библиометрия как научная дисциплина. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Использование "индексов цитирования "для оценки результативности научной деятельности. Цель РИНЦ. Обзоры наукометрических индикаторов и ресурсов. Основные задачи, которые решает проект РИНЦ. Международные наукометрические базы данных. Что означает "геолокация". Практическое применение геолокации. Как работает геолокация. Геопозиция: что такое и как она определяется. Методы определения геопозиции.

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников

Перечень изучаемых элементов содержания

Наилучшее определение категории Большие данные (Big Data). Большие данные и бизнес-аналитика. Методики анализа больших данных. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Инструменты и способы анализа текстовой информации. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики. Четыре фактора, влияющих на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема 2.3. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста

Перечень изучаемых элементов содержания

Виды научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных (по степени специфичности методов, сопряженной с погруженностью в конкретные проблемы). Дисперсионный анализ. Цель и сущность. Методы статистического анализа текста. Частотной анализ. Ранжирование данных. Закон Бредфорда-Ципфа. Контент-анализ. История появления контент-анализа. Процедура контент-анализа. Сбор и первичная обработка данных контент-анализа. Интерпретация и синтезирование результатов. Виды контент-анализа. Назначение контент-анализа.

Тема 2.4. Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Перечень изучаемых элементов содержания

Принцип работы современного машинного перевода. Автоматизированный и машинный переводы. Системы автоматизированного перевода. Условные категории задач обработки текста. Извлечение смысла. Неструктурированные данные. Анализ неструктурированных данных. Автоматическая обработка текстов (АОТ). Компьютерная лингвистика. Методы машинного обучения, статистического анализа. модель Маркова, логические модели и модификации этих методов с учетом специфики Больших Данных. Джорджтаунский эксперимент. Задачи компьютерной лингвистики. Анализ и градация мнений. Анализ тональности высказываний. Классификация текстов по темам. Генерация речи. Ведение диалога. Проверка правописания. Извлечение смысла из текста. Поиск ответов на вопросы. Классификация системы АОТ. Мультиязычные системы. Три способа реализации мультиязычности.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Глазков, А. В. Семантика: от слова к тексту : учебник и практикум для вузов / А. В. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15025-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/567894 (дата обращения: 22.01.2025).
2. Колесникова, С. М. Когнитивная лингвистика : учебник для вузов / С. М. Колесникова, Е. В. Алтабаева, А. Т. Грязнова ; под редакцией С. М. Колесниковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15454-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544697 (дата обращения: 22.01.2025).
3. Алексеева, М. Б. Теория систем и системный анализ : учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17987-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560645 (дата обращения: 22.01.2025).

3.1.2. Дополнительная литература

1. Гасанов, Э. Э. Интеллектуальные системы. Теория хранения и поиска информации : учебник для вузов / Э. Э. Гасанов, В. Б. Кудрявцев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2025. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561948 (дата обращения: 22.01.2025).
2. Шабанов, Т. Ю. Современные технологии поиска и обработки информации / Т. Ю. Шабанов. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2021. – 122 с. – ISBN 978-5-7271- 1719-4. –. https://elibrary.ru/download/elibrary_46594329_83139779.pdf
3. Игнатьев, А. Г. Актуальные тренды регулирования Интернета: от открытого пространства безграничной свободы к региональной и страновой фрагментации / А. Г. Игнатьев, Ю. А. Линдре. – Москва : Автономная некоммерческая организация «Центр компетенций по глобальной ИТ-кооперации», 2023. – 30 с. –./ https://elibrary.ru/download/elibrary_52281008_49003884.pdf
4. Локнов, А. И. Средства и системы обработки информации : Учебное пособие / А. И. Локнов, Ю. И. Синещук, В. Н. Родин. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университет 1 9 Министерства внутренних дел Российской Федерации, 2023. – 124 с. – ISBN 978-5-91837- 676-8. – https://elibrary.ru/download/elibrary_50288517_89658791.pdf

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE

2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими сред-

ствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

Раздел 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах

Форма рубежного контроля – контрольная работа.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Определение модели компьютерной системы (КС).
2. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений
3. Сущность и принципы информационно-аналитической работы.
4. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.
5. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных.
6. Системный анализ и его основные принципы.
7. Основная задача поисковых систем. Обзор поисковых систем.
8. Средства контроля достоверности информации.
9. Подготовка заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ.
10. Понятие информации, информационного канала. Подходы к определению информации.
11. Первичные и вторичные источники информации.
12. Критерии характеристик информационного поиска.
13. Оценка результатов поиска информации.
14. Закон целевой достаточности информации.
15. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Раздел 2. Работа с большими данными

Форма рубежного контроля - контрольная работа.

Вопросы/задания рубежного контроля

1. Дайте определение понятия больших данных.
2. Проанализируйте области применения больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.
4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях
6. Перечислите наукометрические базы данных в России

7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ

8. Расскажите о геолокации и геопозиция. Покажите их соотношение друг с другом.

9. Выполните сравнительную характеристику категорий " Большие данные и бизнес-аналитика."

10. Опишите Метод преобразовани я и сравнения текстовой информации.

11. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.

12. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.

13. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных

14. Опишите методы статистического анализа текста.

15. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа

16. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа

17. Расскажите о развитии систем машинного перевода. Что такое Джорджтаунский эксперимент.

18. В чем отличие машинного (автоматического) перевода от автоматизированного перевода.

19. Назовите основные направления развития систем машинного перевода (Machine Translation, MT)

20. Раскройте содержание понятия Системы автоматизированного перевода

21. Расскажите о принципах безопасного внедрения мультиязычности и тонкостях ее настройки

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 2)
Заочная форма обучения (Курс 1, Сессия 2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **письменной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК – 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1 – 25
Всего		25

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 1

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Дайте определение модели компьютерной системы (КС)
   1) любое устройство или группа взаимосвязанных или смежных устройств, одно или более из которых, действуя в соответствии с программой, осуществляет автоматизированную обработку данных.
   2) это система, которая основана на естественных законах природы и функционирует без вмешательства человека. Она включает в себя такие элементы, как биологические виды, экосистемы, природные процессы.
   3) это набор объектов и операций, которые определены и изучаются в рамках математики. Эти объекты и операции подчиняются определенным правилам и закономерностям, которые позволяют проводить логические выводы и доказывать теоремы

   Ответ: _____

2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Раскройте содержание теоремы Байеса
   1) позволяет определить вероятность события при условии, что произошло другое статистически взаимозависимое с ним событие.
   2) используется в построении логический непротиворечивого текста
   3) Заключается в принципе 20% на 80%

   Ответ: _____

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Опишите теорию К.Шеннона
   1) Автор определил информацию как измеримую величину. Он назвал общий потенциал информации в системе сообщений «энтропией» и определил основную единицу количества информации — бит.
   2) Описывает ускоряющиеся объекты и объясняет происхождение такого явления, как гравитация и существование частиц гравитонов.
   3) Согласно ей, луч света — это поток материальных частиц (корпускул), которые излучаются светящимся телом и, попадая в глаз, вызывают ощущение света.

   Ответ: _____

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях
   1) высшая математика
   2) научные публикации
   3) биологические системы.

   Ответ: _____

5. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
   Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы
   1) Сбор информации.
   2) Ручной труд
   3) Обработка информации.

4) Анализ информации.
5) Интерпретация результатов.
6) Педагогическая работа.
7) Подготовка отчёта или презентации.
8) Предоставление рекомендаций.

Ответ: _____

6. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Выберите поисковые системы для поиска информации в интернете
1) Яндекс
2) Google
3) Apple

Ответ: _____

7. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Основные принципы системного анализа
1) Принцип конечной цели.
2) Принцип измерения.
3) Дедуктивный метод
4) Индуктивный метод.

Ответ: _____

8. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Назовите виды категорий системного анализа
1) Анализ виртуальный
2) Анализ структурный
3) Анализ функциональный

Ответ: _____

9. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Опишите средства контроля достоверности информации
1) Визуальные методы контроля
2) Интуитивный метод
3) Программные методы контроля

Ответ: _____

10. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Проанализируйте области применения больших данных
1) Бизнес и маркетинг.
2) Селекция агрокультур
3) Транспорт и логистика

Ответ: _____

11. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа.
Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации
1) Хорошая масштабируемость

2) Возможность обработки текстовых данных в режиме реального времени
3) Научность текстовой информации

Ответ: _____

12. Прочитайте текст и установите последовательность.

Существуют три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации

1) Фаза поиска.
2) Подготовительная фаза. Включает в себя два этапа: декомпозицию запроса и определение необходимых для поиска средств.
3) Обработка результатов поиска. Включает в себя оценку полноты поиска, адекватности полученной информации сформулированному первичному запросу и анализ её достоверности

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

13. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между первичными и вторичными источниками информации: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца

I	***II***
А) результаты измерений	1) первичные источники информации
Б) научные статьи	2) вторичные источники информации
В) аналитические отчёты	
Г) телефонные запросы	
Д) осмотр предприятий поставщиков и покупателей	

Таблица для заполнения

А	**Б**	**В**	**Г**

14. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных

Ответ: _____

15. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите системообразующие компоненты компьютерной системы

Ответ: _____

16. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите сферы применения производной и интеграла

Ответ: _____

17. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Назовите этапы проведения системных исследований

Ответ: _____

18. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Перечислите подходы к определению информации
Ответ: _____

19. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Дайте определение бибилиометрии как научной дисциплине
Ответ: _____

20. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Сформулируйте закон целевой достаточности информации
Ответ: _____

21. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
Ответ: _____

22. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Назовите три этапа развития наукометрии
Ответ: _____

23. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Назовите методы преобразования и сравнения текстовой информации
Ответ: _____

24. Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.
Примеры альтернативных источников информации
    1) Тематические форумы
    2) Результаты имзерения
    3) Блоги (живой журнал).
Ответ: _____
Обоснование: _____

25. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.
Основные типы обучения нейросетей
    1) обучение с учителем и без учителя
    2) 3д моделирование и абстракционизм
    3) ручное написание алгоритмов
Ответ: _____
Обоснование: _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных исполь-

зуемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее напи-

санием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;

- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Сущность, принципы, общие методы, законы информационно-аналитической работы. Модель вычислительной системы, принадлежащей фон Нейману. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Тема лекционного занятия: Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Понятие системы, характеристика основных определений системы, свойства и структура систем. Понятие системного анализа и его основные принципы. Виды категорий системного анализа. Основные представления системного анализа как методологии решения проблем.

Тема лекционного занятия: Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Этапы проведения системных исследований. Три рабочие фазы проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации. Декомпозиция поискового запроса. Дополнительный поиск и перекрестные проверки для подтверждения достоверности полученных данных. Средства контроля достоверности информации. Подготовка заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ. Дополнительные требования профессионального поиска в Интернете: полнота, достоверность, скорость. Основная задача поисковых систем. Условное разделение поисковых систем на два класса. Три основных и принципиально одинаковых функций работы поисковых машин. Специальная программа-робот спайдер (spider, паук) для построения списка слов, найденных на странице. Работа поисковой машины на примере. Обзор поисковых систем. Рекомендации по практическому нахождению информации с помощью поисковых систем. Дополнительные операторы, позволяющие получить дополнительную информацию о поиске. Работа с различными числовыми данными.

Тема лекционного занятия: Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие информации. Информационный канал. Подходы к определению информации. Теория К. Шеннона. Основные аспекты теории информации. Источник информации. Первичные источники информации. Вторичные источники информации. Классификация информационных ресурсов сети Интернет. Структура источников деловой информации. Основные критериальные характеристики информационного поиска. Оценки результатов поиска информации. Информация из поискового массива. Закон целевой достаточности информации. Дискретные и

непрерывные сообщения, передатчик, канал передачи, приемник, получатель. Кибернетико-семиотический подход к теории информации. Структурно-синтаксический, логико-семантический и прагматический аспекты природы информации. Прагматический аспект понятия «информации». Оценка достоверности информации по схеме Кента. Категории альтернативных источников информации. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Тема лекционного занятия: Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие больших данных. Направления применения больших данных. История развития наукометрии. Наукометрическая база данных. Какие наукометрические базы данных есть в России. Основные наукометрические показатели. Виды научных баз данных. Библиометрия как научная дисциплина. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Использование "индексов цитирования "для оценки результативности научной деятельности. Цель РИНЦ. Обзоры наукометрических индикаторов и ресурсов. Основные задачи, которые решает проект РИНЦ. Международные наукометрические базы данных. Что означает "геолокация". Практическое применение геолокации. Как работает геолокация. Геопозиция: что такое и как она определяется. Методы определения геопозиции.

Тема лекционного занятия: Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Наилучшее определение категории Большие данные (Big Data). Большие данные и бизнес-аналитика. Методики анализа больших данных. Метод преобразования и сравнения тексто-

вой информации. Инструменты и способы анализа текстовой информации. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики. Четыре фактора, влияющих на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема лекционного занятия: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Виды научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных (по степени специфичности методов, сопряженной с погруженностью в конкретные проблемы). Дисперсионный анализ. Цель и сущность. Методы статистического анализа текста. Частотной анализ. Ранжирование данных. Закон Бредфорда-Ципфа. Контент-анализ. История появления контент-анализа. Процедура контент-анализа. Сбор и первичная обработка данных контент-анализа. Интерпретация и синтезирование результатов. Виды контент-анализа. Назначение контент-анализа.

Тема лекционного занятия: Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Принцип работы современного машинного перевода. Автоматизированный и машинный переводы. Системы автоматизированного перевода. Условные категории задач обработки текста. Извлечение смысла. Неструктурированные данные. Анализ неструктурированных данных. Автоматическая обработка текстов (АОТ). Компьютерная лингвистика. Методы машинного обучения, статистического анализа. модель Маркова, логические модели и модификации этих методов с учетом специфики Больших Данных. Джорджтаунский эксперимент. Задачи компьютерной лингвистики. Анализ и градация мнений. Анализ тональности высказываний. Классификация текстов по темам. Генерация речи. Ведение диалога. Проверка правописания. Извле-

чение смысла из текста. Поиск ответов на вопросы. Классификация системы АОТ. Мультиязычные системы. Три способа реализации мультиязычности.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение модели компьютерной системы (КС).
2. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.
3. Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы.
4. Выделите и раскройте три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
5. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.
6. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.

Тема занятия: Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.
2. Раскройте содержание теоремы Байеса и других формул теории вероятностей.
3. Расскажите практическое значение производной и интеграла.
4. Опишите алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга.
5. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.
6. Назовите виды категорий системного анализа.

Тема занятия: Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите этапы проведения системных исследований. Опишите три рабочие фазы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
2. Сформулируйте основную задачу поисковых систем. Обзор поисковых систем.
3. Покажите работу поисковой машины на примере системы.
4. Опишите средства контроля достоверности информации.
5. Выполните подготовку заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ.

Тема занятия: Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте понятие информации, информационного канала. Перечислите подходы к определению информации.
2. Что такое первичные и вторичные источники информации.
3. Назовите критерии характеристик информационного поиска.
4. Опишите теорию К.Шеннона.
5. Выполните оценку результатов поиска информации.
6. Сформулируйте закон целевой достаточности информации.

Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Тема занятия: Работа с большими данными. **Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц**.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятия Больших данных.
2. Проанализируйте области применения Больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.
4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
6. Перечислите наукометрические базы данных в России.
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ.
8. Расскажите о геолокации и геопозиции. Покажите их соотношение друг с другом.

Тема занятия: Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Выполните сравнительную характеристику категорий "Большие данные и бизнес-аналитика".
2. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
3. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.
4. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема занятия: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение статистического анализа информации.
2. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных.

3. Опишите методы статистического анализа текста.

4. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа

5. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа.

Тема занятия: Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Расскажите о развитии систем машинного перевода. Что такое Джорджтаунский эксперимент.

2. В чем отличие машинного(автоматического) перевода от автоматизированного перевода.

3. Назовите основные направления развития систем машинного перевода (Machine Translation, MT).

4. Раскройте содержание понятия Системы автоматизированного перевода.

5. Расскажите о принципах безопасного внедрения мультиязычности и тонкостях ее настройки.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Работа с большими данными	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Дайте определение модели компьютерной системы (КС).

2. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.

3. Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы.

4. Выделите и раскройте три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.

5. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.

6. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.

7. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.

8. Раскройте содержание теоремы Байеса и других формул теории вероятностей.

9. Расскажите практическое значение производной и интеграла.

10. Опишите алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга.

11. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.

12. Назовите виды категорий системного анализа.

13. Назовите этапы проведения системных исследований. Опишите три рабочие фазы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.

14. Сформулируйте основную задачу поисковых систем. Обзор поисковых систем.

15. Покажите работу поисковой машины на примере системы.

16. Опишите средства контроля достоверности информации.

17. Выполните подготовку заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ.

18. Раскройте понятие информации, информационного канала. Перечислите подходы к определению информации.

19. Что такое первичные и вторичные источники информации.

20. Назовите критерии характеристик информационного поиска.

21. Опишите теорию К.Шеннона.

22. Выполните оценку результатов поиска информации.

23. Сформулируйте закон целевой достаточности информации.

24. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Основные понятия современных глобальных информационных систем.
2. Аналитика в глобальных сетях.
3. Компьютерная система и системный аналитик.
4. Стратегические алгоритмы анализа информации.
5. Безопасность веб-приложений.
6. Источники информации и их свойства.
7. Этапы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
8. Обзор поисковых систем.
9. Практическое использование поисковых систем (на примере).
10. Дополнительные операторы (специализированные конструкции), позволяющие получить дополнительную информацию о поиске.
11. Дополнительные механизмы системного анализа в открытой сети.
12. Информация и ее свойства Источники информации.
13. Общая характеристика информационно-аналитической работы.
14. Методы информационно-аналитической работы.
15. Этапы накопления и подготовки информации

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Дайте определение понятия Больших данных.
2. Проанализируйте области применения Больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.

4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
6. Перечислите наукометрические базы данных в России.
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ.
8. Расскажите о геолокации и геопозиции. Покажите их соотношение друг с другом.
9. Выполните сравнительную характеристику категорий "Большие данные и бизнес-аналитика".
10. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
11. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.
12. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.
13. Дайте определение статистического анализа информации.
14. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных.
15. Опишите методы статистического анализа текста.
16. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа
17. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа.
18. Расскажите о развитии систем машинного перевода. Что такое Джорджтаунский эксперимент.
19. В чем отличие машинного(автоматического) перевода от автоматизированного перевода.
20. Назовите основные направления развития систем машинного перевода (Machine Translation, MT).
21. Раскройте содержание понятия Системы автоматизированного перевода.
22. Расскажите о принципах безопасного внедрения мультиязычности и тонкостях ее настройки.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. История развития наукометрии.
2. Основные наукометрические показатели.
3. Методика анализа больших данных.
4. Метод расчёта индекса Хирша. Сходство и отличие индекса Хирша от Российского индекса научного цитирования.
5. Российский индекс научного цитирования.
6. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
7. Обзор методов интеллектуального анализа научных текстов.
8. Электронные сетевые научные ресурсы и другие источники данных.
9. Библиометрия как научная дисциплина.
10. Методология библиометрических исследований.
11. Особенности статистики и статистического анализа.
12. Статистические методы в контексте исследования текстов и определение возможностей их применения.
13. Методы и инструменты текстовой аналитики, используемые для решения проблемы больших данных.
14. Машинный перевод: современные технологии.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах.

Тема 1.1. Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации.

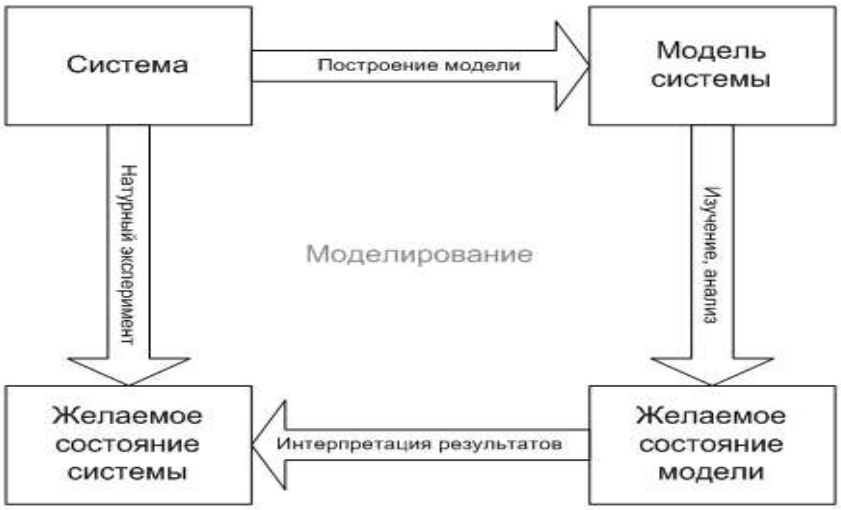


Схема. Процесс моделирования системы.

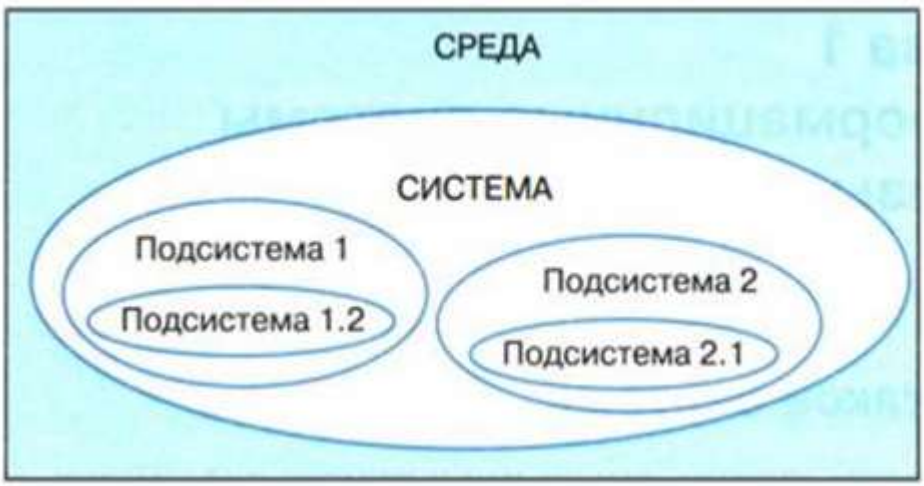


Рис. Система - иерархия подсистем

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа.

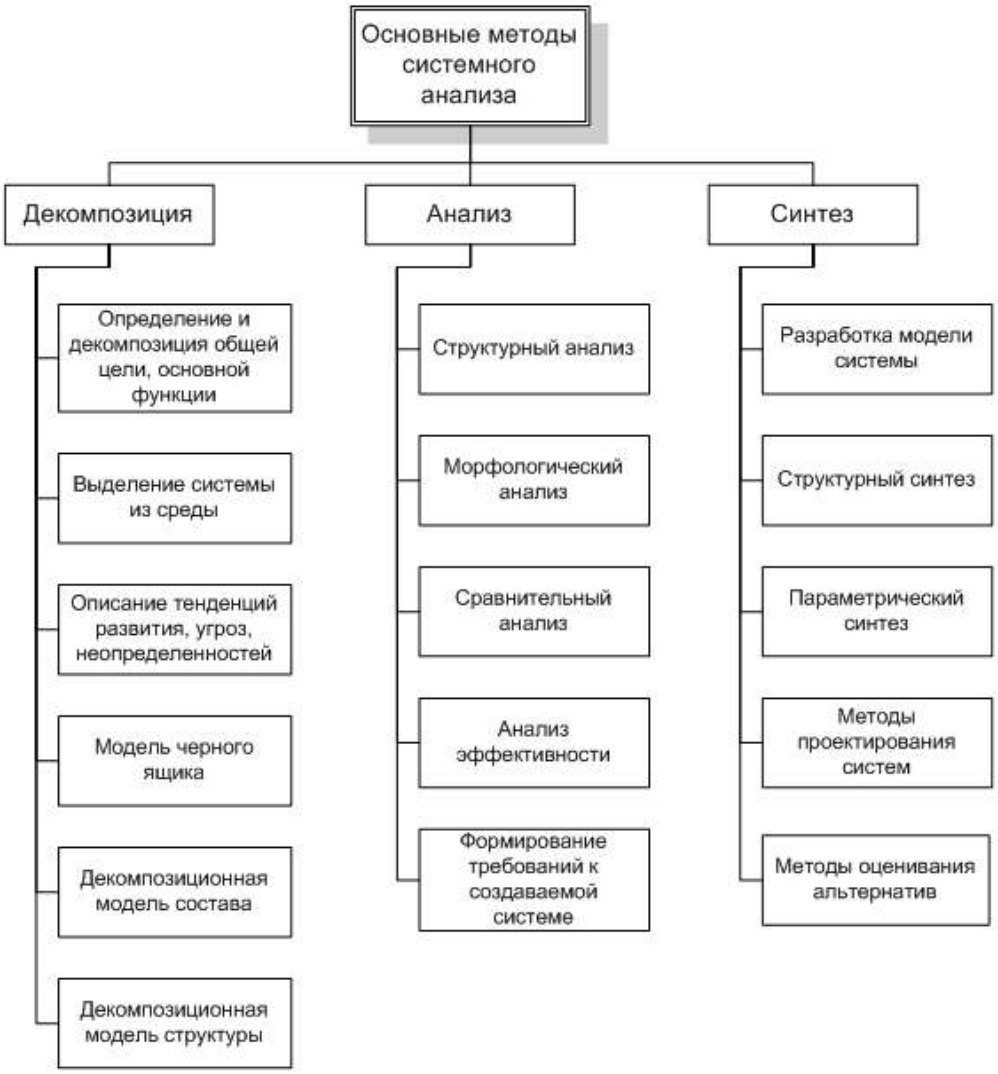


Схема. Основные методы системного анализа.

Тема 1.3. Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации.

Рис. Для каждого типа информации следует выбирать соответствующий инструмент поиска.

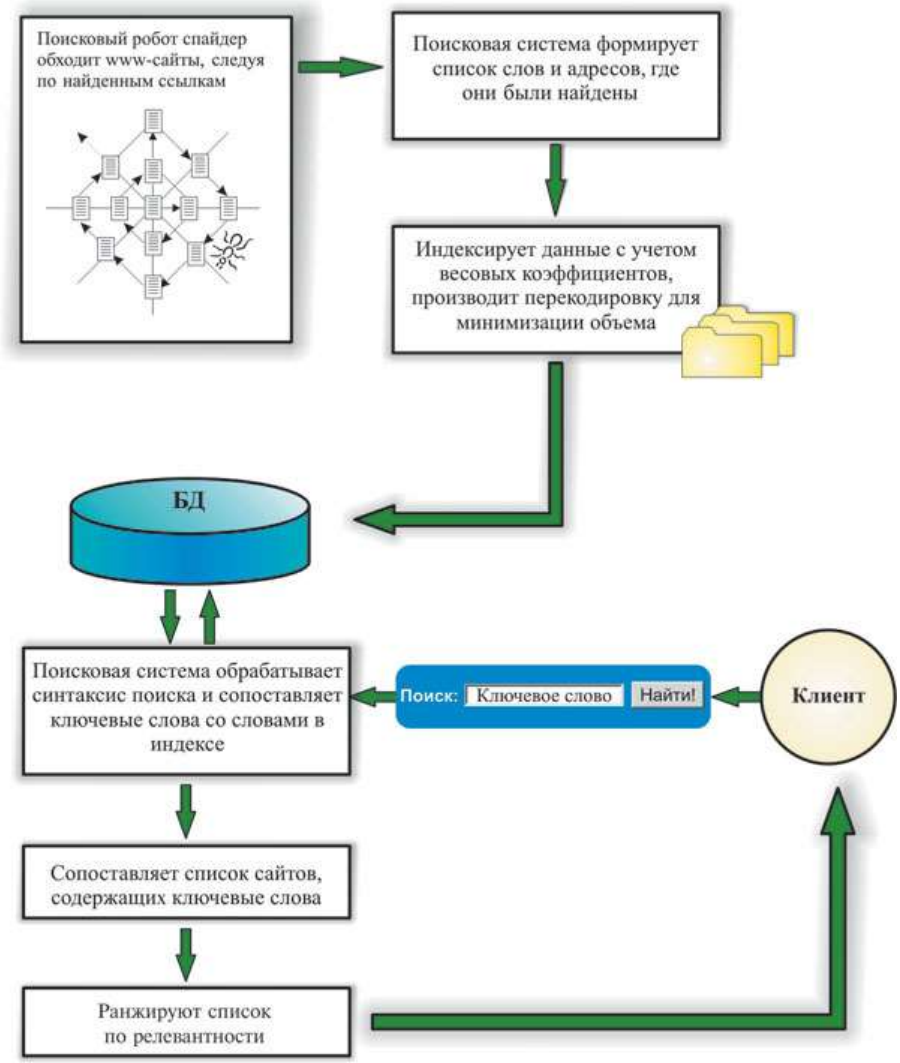


Рис. Роботы-пауки просматривают информационное наполнение Web-страниц и создают индексированную базу поиска по ключевым словам, а затем по запросу пользователя выдают ранжированный по релевантности список сайтов.

Тема 1.4. Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации.

Рис. Виды информации

Рис. Теория информации

Рис. Источники информации для конкурентной разведки.

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными.

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц.

Рис. Российский индекс научного цитирования

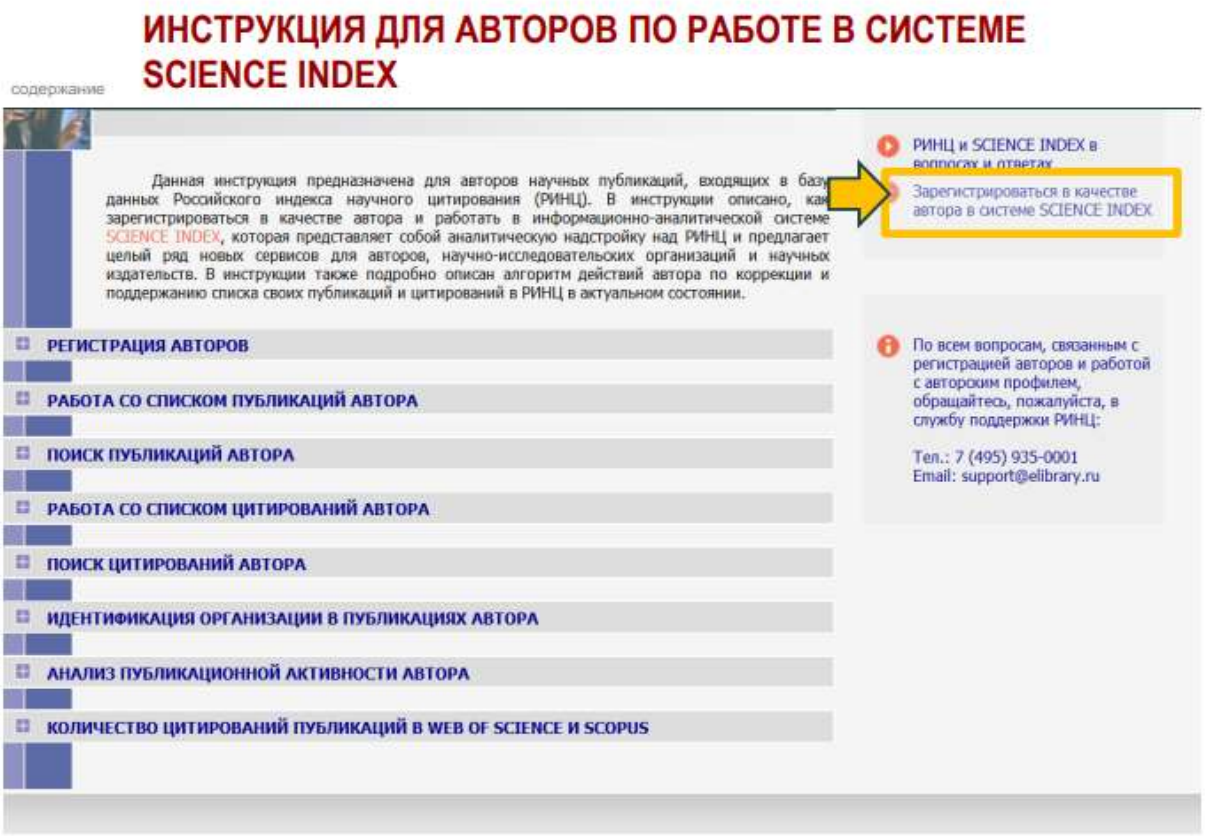


Рис. 3. Инструкция для регистрации в системе РИНЦ

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Схема. Обработка информации

Рис. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики

Тема 2.3. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Рис. Статистические методы анализа данных.

Рис. Методы анализа текстов

Тема 2.4.: Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Автоматизированный перевод

CAT-система (Computer Assisted (Aided) Translation) – это программное обеспечение, используемое человеком-переводчиком в процессе перевода для повышения производительности труда.

Машинный перевод (Machine Translation, MT) – технология перевода текста с одного естественного языка на другой с использованием методов лексического, грамматического, синтаксического и семантического анализа.

Автоматизированный перевод ≠ Машинный перевод

Автоматизированный перевод осуществляется человеком, машинный не требует участия человека.

Рис. Понятие автоматизированного перевода.

Джорджтаунский эксперимент

- **8 января 1954 года**
- **IBM 701**
- **Перевели 60 предложений с русского на английский:**
  - 250 терминов
  - 6 грамматических правил

Рис. История и опыт использования машинного перевода

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Декана факультета политических и социальных технологий

_____ /Пивнева С.В./

«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СТАТИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 4
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 5
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 9
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 9
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 9
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 10
3.3.1. Средства информационных технологий 10
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 10
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 10
3.4. Образовательные технологии 11
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 12
Приложение 1. 13
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 13
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 14
Приложение 2. 23
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 23
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 23
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 31
П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю) 34
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 35
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) 37

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере основных технологий решения задач обработки статистики больших по объему данных, умения, применять методы искусственного интеллекта для анализа больших данных на практике и реализовывать приложения для аналитики больших данных, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучить задачи классификации и кластеризации больших объемов данных;
2. Изучить критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий Big Data;
3. Изучить интеллектуальные системы для решения аналитических задач;
4. Сформировать навыки работы с большими массивами данных;
5. Изучить технологии и программные средства обработки больших данных и методы машинного обучения для решения прикладных задач;
6. Изучить языки программирования для работы с большими объемами данных.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции. Формулировка компетенции	Индекс и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений. УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для решения поставленной задачи и проектирует пути ее решения выбирая оптимальный способ исходя из действующих правовых норм.	*Знать:* методы решения задач обработки и анализа статистики больших данных *Уметь:* разрабатывать и анализировать концептуальные и теоретические модели прикладных задач анализа больших данных

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с педагогически-	**36**				**36**

ми работниками					
Лекционные занятия	12				12
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия	16				16
из них: в форме практической подготовки					
Консультации	**8**				**8**
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**27**				**27**
Контроль промежуточной аттестации	**9**				**9**
Форма промежуточной аттестации	*зачет*				*зачет*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**				**72**

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Курс 1**		**Курс 2**	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**8**			**8**	
Лекционные занятия	4			4	
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия	4			4	
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**60**			**60**	
Контроль промежуточной аттестации	**4**			**4**	
Форма промежуточной аттестации	зачет			зачет	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**			**72**	

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 4**)**											
Раздел 1. Большие данные и машинное обучение	**36**	**14**	**22**	**6**				**12**		4	
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ дан-	17	7	10	2				6		2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
ных, большие данные, машинное обучение.											
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	19	7	12	4				6		2	
Раздел 2. Искусственный интеллект	**27**	**13**	**14**	**6**				**4**		4	
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	15	7	8	4				2		2	
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	12	6	6	2				2		2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Форма промежуточной аттестации	*зачет*										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**12**				**16**		**8**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 2 Сессии 1-2)											
Раздел 1. Большие данные и машинное обучение	**34**	**30**	**4**	**2**				**2**			
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	17	15	2	1				1			
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональ-	17	15	2	1				1			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Консультации	*из них: в форме практической подготовки*
ной окраски текстов.											
Раздел 2. Искусственный интеллект	**34**	**30**	**4**	**2**				**2**			
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	17	15	2	1				1			
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	17	15	2	1				1			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**4**										
Форма промежуточной аттестации	*зачет*										
Общий объем, часов	**72**	**60**	**8**	**4**				**4**			

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Перечень изучаемых элементов содержания

Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа дан-

ных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие искусственного интеллекта и области его применения. Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

Перечень изучаемых элементов содержания

Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Анализ данных : учебник для вузов / В. С. Мхитарян [и др.] ; под редакцией В. С. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19964-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560311 (дата обращения: 22.01.2025).
2. Берикашвили, В. Ш. Статистическая обработка данных, планирование эксперимента и случайные процессы : учебное пособие для вузов / В. Ш. Берикашвили, С. П. Оськин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09216-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/539831 (дата обращения: 22.01.2025).
3. Бессмертный, И. А. Системы искусственного интеллекта : учебное пособие для вузов / И. А. Бессмертный. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18416-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534963 (дата обращения: 22.01.2025).

3.1.2. Дополнительная литература

1. Миркин, Б. Г. Базовые методы анализа данных : учебник и практикум для вузов / Б. Г. Миркин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19709-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode /556941 (дата обращения: 22.01.2025).
2. Воронов, М. В. Системы искусственного интеллекта : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17032-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode /567794 (дата обращения: 22.01.2025).
3. Станкевич, Л. А. Интеллектуальные системы и технологии : учебник и практикум для вузов / Л. А. Станкевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20363-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560754 (дата обращения: 22.01.2025)

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная плат-	Электронно-библиотечная система для ВУЗов,	https://urait.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
	форма Юрайт	ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate
6. TrueConf (client)
7. Платформа nanoCAD
8. nanoCAD Инженерный BIM
9. NS Project
10. NSR Specification

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Лабораторные занятия проводятся в **компьютерной лаборатории,** оснащенной специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, персональные компьютеры, имеющие доступ в сеть Интернет).

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1. Большие данные и машинное обучение**	Защита реферата	1. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. 2. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. 3. Задачи машинного обучения: поиск информации в интернете. 4. Задачи машинного обучения: распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи и др. 5. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). 6. Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData. 7. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. 8. Принципы создания рекомендательных систем. 9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. 10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.
2.	**Раздел -2. Искусственный интеллект**	Защита реферата	1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения. 2. Признаки интеллектуальности информационных систем. 3. Структура исследований в области

			искусственного интеллекта. 4. Основные классы интеллектуальных информационных систем. 5. Знания как особая форма информации. 6. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. 7. Системы представления знаний и базы знаний. 8. Технологии OLAP и многомерные модели данных. 9. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). 10. Экспертные системы, их виды, области использования.

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр 4
Заочная форма обучения (Курс 2, Сессия 1-2)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера тестовых заданий
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	*1-32*
Всего		32

Тестовые задания

Код контролируемой компетенции: УК – 2

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ РЕЗУЛЬТАТОМ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ РЕГРЕССИИ

1) множество допустимых ответов конечно и их называют метками классов
2) допустимым ответом является действительное число или числовой вектор
3) множество допустимых ответов бесконечно
4) алгоритм, принимающий на входе описание объекта

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

1. Поиск генеральной совокупности
2. Выяснение свойств генеральной совокупности
3. Сравнение генеральных совокупностей
4. Выявление последовательности входного набора

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ОПРЕДЕЛЁННОЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЕ О РАСПРЕДЕЛЕНИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ, ЛЕЖАЩЕМ В ОСНОВЕ НАБЛЮДАЕМОЙ ВЫБОРКИ ДАННЫХ, - ЭТО:

1. Статистический критерий
2. Статистическая выборка
3. Статистическая гипотеза
4. Задача кластеризации

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

С ПОМОЩЬЮ КАКОГО АЛГОРИТМА МОЖНО НАЙТИ АССОЦИАТИВНОЕ ПРАВИЛО

1. Алгоритм apriori
2. Алгоритм k-means
3. Алгоритм c-means
4. Иерархический алгоритм

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ТЕХНОЛОГИЯ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ, КОГДА НЕТ ОТВЕТОВ И ТРЕБУЕТСЯ ИСКАТЬ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ОБЪЕКТАМИ, НАЗЫВАЕТСЯ:

1. Самостоятельное обучение
2. Обучение без учителя
3. Обучение с учителем
4. Обучение по зависимостям

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

НА КАКОМ ЭТАПЕ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ ВЫБИРАЮТСЯ И ПРИМЕНЯЮТСЯ ПОДХОДЯЩИЕ АЛГОРИТМЫ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ПОДГОТОВЛЕННЫХ ДАННЫХ

1. Моделирование
2. Оценка модели
3. Подготовка данных
4. Внедрение модели

Ответ _____

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В КАКОМ КЛАССЕ ЗАДАЧ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ АНАЛИЗИРУЮТСЯ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ПЕРЕМЕННЫМИ И СТРОИТСЯ МОДЕЛЬ, ПРЕДСКАЗЫВАЮЩАЯ ЗНАЧЕНИЯ ОДНОЙ ПЕРЕМЕННОЙ НА ОСНОВЕ ЗНАЧЕНИЙ ДРУГИХ ПЕРЕМЕННЫХ

1. Кластеризация
2. Регрессия
3. Классификация
4. Поиск частых наборов

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

ИСКУССТВЕННЫЙ НЕЙРОН – ЭТО

1. точная модель головного мозга.
2. упрощенная модель головного мозга.
3. точная математическая модель работы нейрона головного мозга.
4. упрощенная математическая модель работы нейрона головного мозга.

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

КАКИЕ ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЕРСЕПТРОНА

1. правила Розенблата.
2. правила Маккалока и Питса.
3. правила Хебба.
4. логические правила.

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

КАКОВА ЦЕЛЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РОССИИ НА 2024 ГОД В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ БАЗЫ НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИИ

1. разработать механизм упрощённого тестирования и внедрения разработок ИИ.
2. создать необходимые правовые условия для выполнения целей, мер и задач, предусмотренных Стратегией.
3. создать полноценную систему нормативно-правового регулирования в области ИИ.
4. обеспечить поддержку компаний, инвестирующих в ИИ.

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

КАКИЕ СИСТЕМЫ ИИ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРИКЛАДНЫХ ЗАДАЧ НА ОСНОВЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

1. аугментация данных.
2. конвертация форматов данных.
3. компьютерное зрение.
4. рекомендательные системы и интеллектуальные системы поддержки принятия решений.
5. обработка естественного языка.

Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ КАКИМИ ОСНОВНЫМИ БЛОКАМИ ДОЛЖНА ОБЛАДАТЬ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА

1. текстовый процессор.
2. база знаний.
3. искусственная нейронная сеть.
4. общий блобуллярий.
5. интеллектуальный интерфейс.
6. механизм вывода решения.

Ответ _____

13. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО НИЖЕ ОТНОСИТСЯ К КАТЕГОРИЯМ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ПАРАМЕТРОВ СИСТЕМ ИИ

1. тип пользовательского интерфейса.
2. саморазвитие.
3. точность
4. платформа развертывания;
5. системная совместимость
6. принцип организации обучения

Ответ _____

14. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ МЕТОДЫ БОРЬБЫ С ПЕРЕОБУЧЕНИЕМ НЕЙРОННОЙ СЕТИ

1. ранний останов.
2. Dropout.
3. правило Хебба.
4. градиентный спуск.

Ответ _____

15. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ СУЩЕСТВУЮЩИЕ ТИПЫ СИСТЕМ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ РЕШЕНИЙ (СППВР)

1. незнаниевые (Non-knowledge-based).
2. супер-скалярные (Super-scalar).
3. знаниевые (Knowledge-based).
4. опосредованные (indirect).
5. опытные (experience-based).

Ответ _____

16. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО НИЖЕ ОТНОСИТСЯ К КАТЕГОРИЯМ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ПАРАМЕТРОВ СИСТЕМ ИИ

1. тип пользовательского интерфейса;
2. саморазвитие;
3. точность;
4. платформа развертывания.
5. системная совместимость.
6. принцип организации обучения.

Ответ _____

17. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ (НА ОСНОВЕ ИИ) В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. снятие ответственности за результат лечения с врача;
2. быстрая обработка входной информации.
3. дистанционное лечение пациентов.
4. способность обучаться на каждом дополнительном случае.

Ответ _____

18. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

УКАЖИТЕ ВЕРНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРМИНА «ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ»

1. самообучающаяся компьютерная система, способная решать задачи на уровне, сравнимом с человеком.
2. когнитивные способности, являющиеся результатам не естественного, а искусственного процесса обучения.
3. вероятностная модель предсказания результата какого-либо процесса;
4. направление науки и техники, ориентированное на создание.
5. программно-аппаратных средств решения интеллектуальных задач.

Ответ _____

19. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РОССИИ ХАРАКТЕРИЗУЮТСЯ СЛЕДУЮЩИМИ ТЕЗИСАМИ

1. искусственные интеллект-продукты должны быть понятными с точки зрения принятия решений.
2. искусственные интеллект-продукты должны быть безопасными.
3. небезопасные программные продукты.

Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА ВКЛЮЧАЕТ

1. прототип (MVP).
2. проверку в реальной клинической практике.
3. проверку продукта экспертами.
4. техническую документацию.

Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

КАКИЕ СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА (СИИ) ВХОДЯТ В СОСТАВ СИСТЕМ ЭВРИСТИЧЕСКОГО ПОИСКА

1. нейросистемы.
2. игровые системы.
3. системы распознания.
4. экспертные системы.

Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

КАКИМИ ХАРАКТЕРНЫМИ ОСОБЕННОСТЯМИ ОБЛАДАЮТ СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

1. обработка данных в символьной форме

2. обработка данных в числовом формате.
3. присутствие четкого алгоритма.
4. необходимость выбора между многими вариантами.

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа*

ПЕРЕЧИСЛИТЕ МОДЕЛИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЗНАНИЙ

1) продукционные модели.
2) семантические сети.
3) фреймы.
4) формальные логические модели.
5) базы знаний на машинных носителях.

Ответ _____

24. *Прочитайте текст и установите последовательность*

ОПРЕДЕЛИТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЕ АЛГОРИТМА ПРИ СБОРЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ:

1 Собрать наиболее значимые, с точки зрения экспертов, факторы.
2 Экспертно оценить значимость каждою фактора.
3 Собрать все легкодоступные факторы.
4 Описать все факторы, потенциально влияющие на анализируемый процесс/ объект.
5 Определить способ представления информации.
6 Оценить сложность и стоимость сбора средних и наименее важных по значимости факторов.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

25. *Прочитайте текст и установите последовательность*

В ПРОЦЕССЕ КОНСОЛИДАЦИИ ДАННЫХ РЕШАЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ЗАДАЧИ:

1 Разработка стратегии консолидации.
2 Обогащение.
3 Оценка качества данных.
4 Очистка.
5 Выбор источников данных.
6 Перенос в хранилище данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

26. *Прочитайте текст и установите последовательность*

РАССТАВЬТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЯ АЛГОРИТМА НЕЧЕТКОГО СРЕЗА

1 Расчет CI для каждой записи в запросе..
2 Сортировка набора данных по убыванию CI.
3 Запрос к ХД.
4 Задание нечёткого среза.
5 Задание минимального индекса соответствия.
6 Преобразование нечёткого среза в SQL запрос.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: _____

27. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

КАКОЙ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ЭТАПОВ ЯВЛЯЕТСЯ ПЕРВЫМ В ПРОЦЕССЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ?

1. Построение модели.
2. Сбор и подготовка данных.
3. Визуализация результатов.
4. Определение целей анализа

Ответ _____

Обоснование _____

28. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

ИЗ КАКИХ ЧАСТЕЙ СОСТОИТ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА DEDUCTOR 5.3, ПОЯСНИТЕ СОСТАВ И НАЗНАЧЕНИЕ КАЖДОЙ ЧАСТИ:

1. Warehouse;
2. Edit file
3. Studio;
4. Viewer;
5. Analytic Server
6. Integration Server;

Ответ _____

Обоснование _____

29. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

КАКИЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ МЕТОДОВ ПОДХОДЯТ ДЛЯ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ И ОБРАБОТКИ НЕСТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ, ТАКИХ КАК ИЗОБРАЖЕНИЯ ИЛИ ТЕКСТ?

1. Линейная регрессия.
2. Сверточные нейронные сети (CNN).
3. Глубокие нейронные сети (DNN).
4. Метод ближайших соседей (k-NN).

5. Рекуррентные нейронные сети (RNN).

Ответ _____

Обоснование _____

30. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

КАКИЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ МЕТОДОВ СТАТИСТИКИ ЛУЧШЕ ВСЕГО ПОДХОДЯТ ДЛЯ АНАЛИЗА ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ?

1. Линейная регрессия.
2. Авторегрессионная модель (AR).
3. Метод скользящих средних (Moving Average).
4. Метод случайного леса (Random Forest).
5. Модель ARIMA.

Ответ _____

Обоснование _____

31. *Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов*

КАКИЕ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ АСПЕКТОВ НЕОБХОДИМО УЧИТЫВАТЬ ПРИ РАЗРАБОТКЕ И ПРИМЕНЕНИИ АЛГОРИТМОВ ИИ ДЛЯ БОЛЬШИХ ДАННЫХ?

1. Прозрачность алгоритмов.
2. Влияние на конфиденциальность данных.
3. Производительность алгоритмов.
4. Способность к интерпретации решений.
5. Масштабируемость данных.

Ответ _____

Обоснование _____

32. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

КАКОЙ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ МЕТОДОВ ЛУЧШЕ ВСЕГО ПОДХОДИТ ДЛЯ АНАЛИЗА ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ С ВЫРАЖЕННОЙ СЕЗОННОСТЬЮ?

1. Множественная линейная регрессия.
2. Случайный лес.
3. Модель ARIMA.
4. Логистическая регрессия.

Ответ _____

Обоснование _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных исполь-

зуемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее напи-

санием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;

- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

. РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Цели занятия.

Цель: сформировать представление об интеллектуальном анализе данных, большие данные, машинное обучение, сформировать понимание о принципах анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.	

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия **Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение**.

Вопросы к обсуждению:

Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.

2. Тема лекционного занятия **Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов**.

Вопросы к обсуждению:

Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Цели занятия.

Цель: сформировать представление о понятии искусственного интеллекта и области его применения, сформировать понимание о технологиях интеллектуального анализа данных, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.	

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия **Понятие искусственного интеллекта и области его применения**.

Вопросы к обсуждению:

Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных

2. Тема лекционного занятия **Технологии интеллектуального анализа данных**.

Вопросы к обсуждению:

Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Цели занятия.

Цель: сформировать представление об интеллектуальном анализе данных, большие данные, машинное обучение, сформировать понимание о принципах анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лабораторного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.	

Содержание лабораторного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лабораторного занятия **Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение**.

2. Тема лабораторного занятия **Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов**.

Лабораторный практикум:

Задания лабораторного практикума

1. Применить методы предварительного анализа больших наборов данных на конкретном примере.

2. Применить методы визуального анализ данных на конкретном примере.

3. Применить принципы обучения с учителем и методы классификации на конкретном примере.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Цели занятия.

Цель: сформировать представление о понятии искусственного интеллекта и области его применения, сформировать понимание о технологиях интеллектуального анализа данных, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лабораторного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.	

Содержание лабораторного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лабораторного занятия **Понятие искусственного интеллекта и области его применения**.

2. Тема лабораторного занятия **Технологии интеллектуального анализа данных**.

Лабораторный практикум:

Задания лабораторного практикума

1. Применить линейные модели классификации и регрессии на конкретном примере.

2. Решить задачи восстановления регрессии.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1	

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1 **Большие данные и машинное обучение.**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. **Искусственный интеллект**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Уровни понимания. Методы решения задач.
2. Решение задач методом поиска в пространстве состояний.
3. Фреймы. Исчисления предикатов.
4. Системы продукций. Семантические сети.
5. Нечеткая логика.
6. Алгоритмы эвристического поиска.
7. Поиск решений на основе исчисления предикатов.
8. Переход от Базы данных к Базе знаний. Особенности знаний.
9. Генетический алгоритм.
10. Стратегия решений организации поиска.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
2. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
3. Задачи машинного обучения: поиск информации в интернете.
4. Задачи машинного обучения: распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи и др.
5. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V).
6. Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.
7. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.
8. Принципы создания рекомендательных систем.
9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты.
10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Назначение экспертных систем.
2. Структура экспертных систем.
3. Этапы разработки экспертных систем.
4. Представление знаний в экспертных системах.

5. Методы работа со знаниями.
6. Основная модель нейросетевой технологии.
7. Методы извлечения знаний
8. Цепи Маркова
9. Вероятностный подход
10. Случайный лес

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

2. Признаки интеллектуальности информационных систем.

3. Структура исследований в области искусственного интеллекта.

4. Основные классы интеллектуальных информационных систем.

5. Знания как особая форма информации.

6. Методы и средства представления знаний. Модели знаний.

7. Системы представления знаний и базы знаний.

8. Технологии OLAP и многомерные модели данных.

9. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). Согласование и интеграция знаний.

10. Экспертные системы, их виды, области использования.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Большие данные и машинное обучение
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

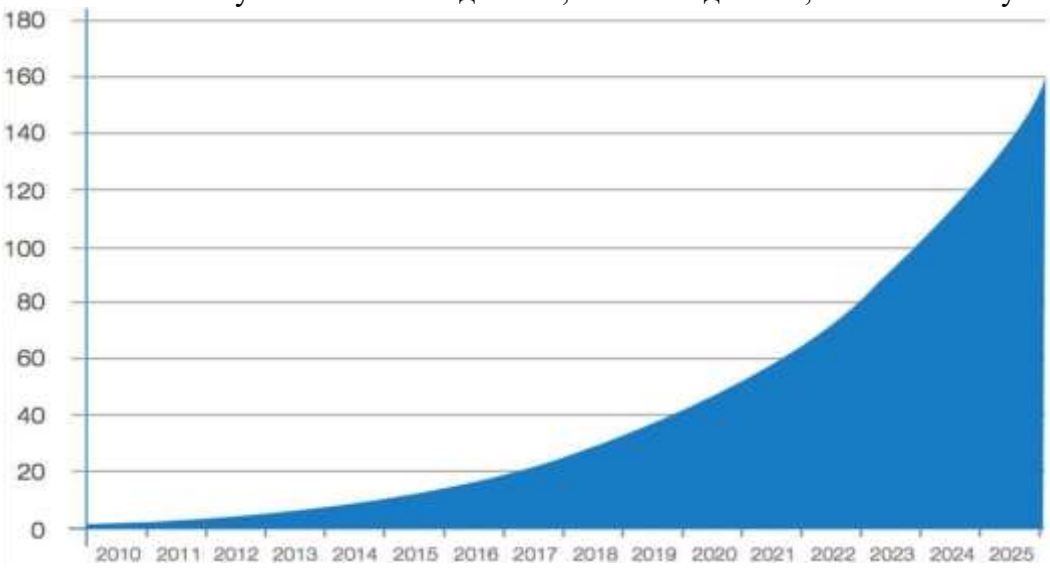


Рис. Объем накопленных миром данных в зеттабайтах

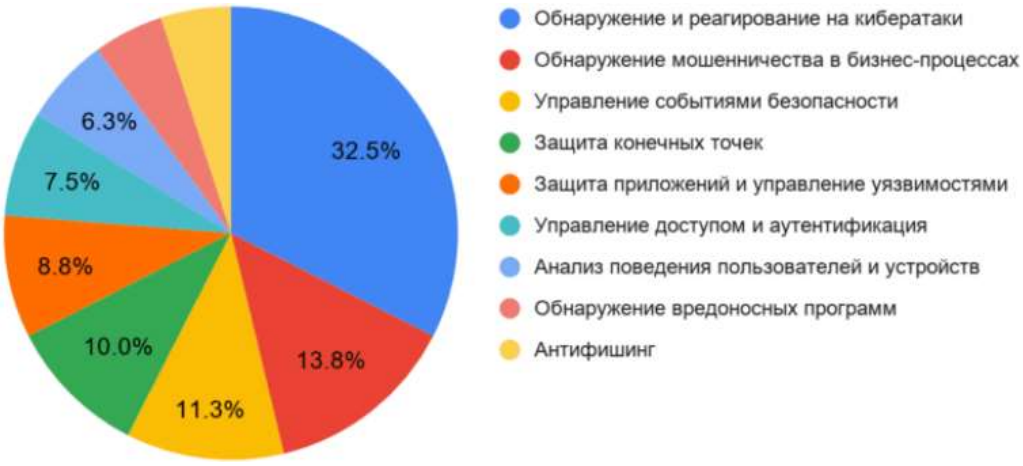


Рис. Распределение продуктов с применением технологий ИИ по сценариям использования

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

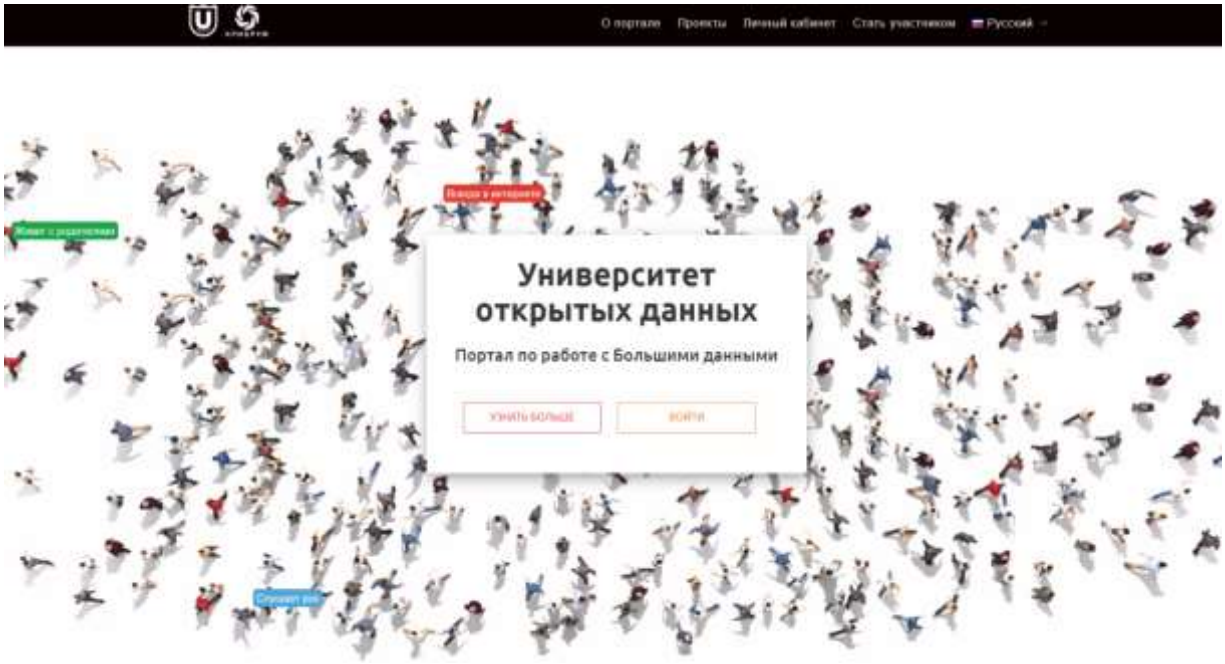


Рис. Портал по работе с большими данными data.tsu.ru

Раздел 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Рис. Компоненты ИИ

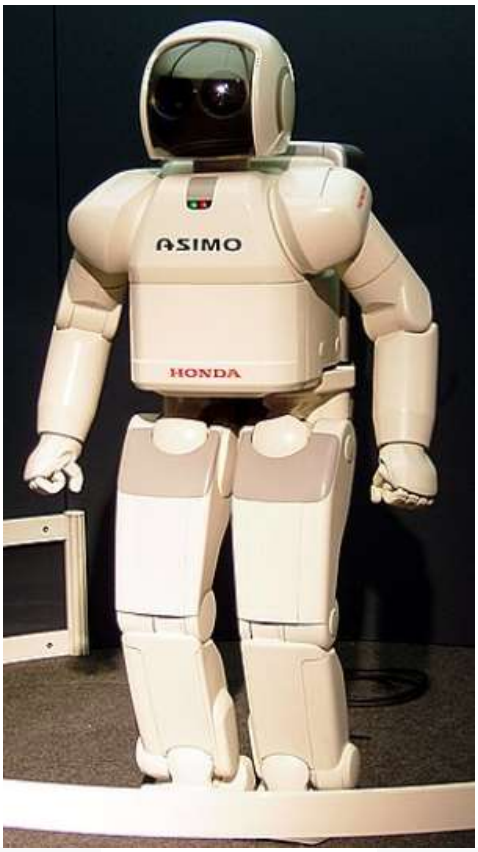


Рис. ASIMO — интеллектуальный гуманоидный робот фирмы Honda

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

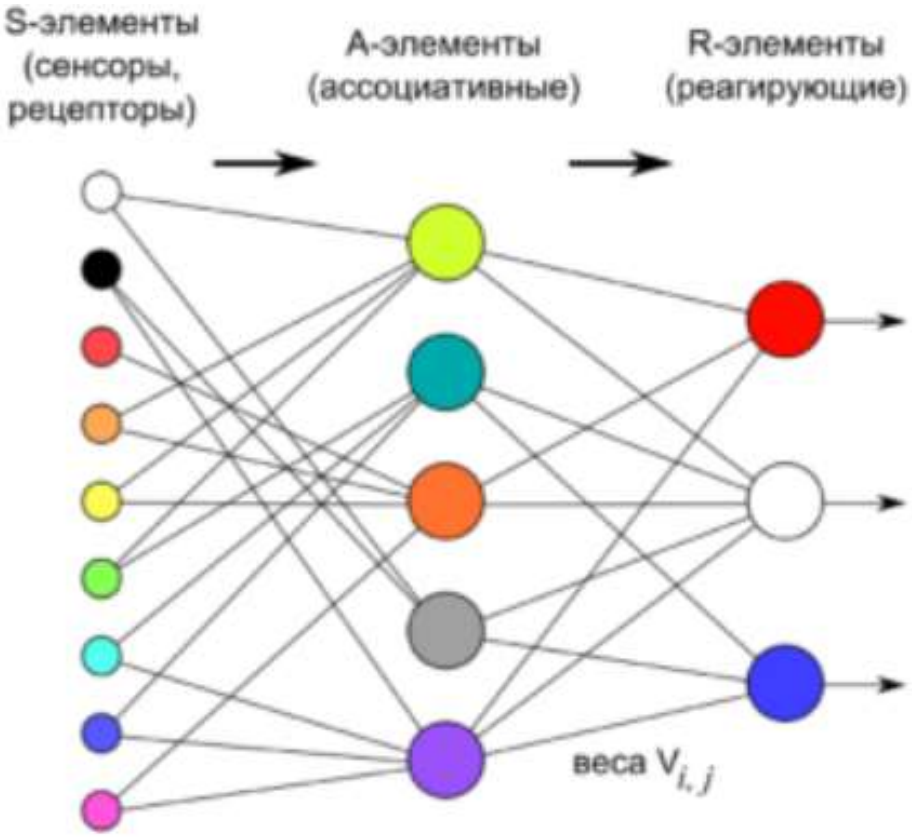


Рис. Алгоритм работы простейшей нейросети

```
================================================================================
          EEEEEEEE  L         IIIIIII  ZZZZZZZ      AAA
          E         L           I          Z      A   A
          E         L           I         Z      A     A
          EEEEE     L           I        Z       A     A
          E         L           I       Z        AAAAAAA
          E         L           I      Z         A     A
          EEEEEEEE  LLLLLLLL  IIIIIII  ZZZZZZ    A     A

================================================================================
ELIZA > (PLEASE TYPE IN ALL CAPS) WHAT'S YOUR NAME DEAR ?
AMIT
ELIZA > HI, I'M ELIZA. WHAT DO YOU WANT TO TALK ABOUT ?
AMIT > CAN I TALK ABOUT MY PROBLEM ?
ELIZA > SURE... !
AMIT > DUE TO ON GOING EXAMS IN COLLEGE. I HAVE A LOT OF STRESS.
ELIZA > PLEASE RELAX A LITTLE. SLEEP WELL.
AMIT > THANKS FOR YOUR ADVICE.
ELIZA > NO MENTION.
AMIT > BYE
ELIZA > BYE AND KEEP IN TOUCH...

================================================================================
```

Рис. Ролевая модель психолога в ChatGPT, которую многие используют в 2023 году.

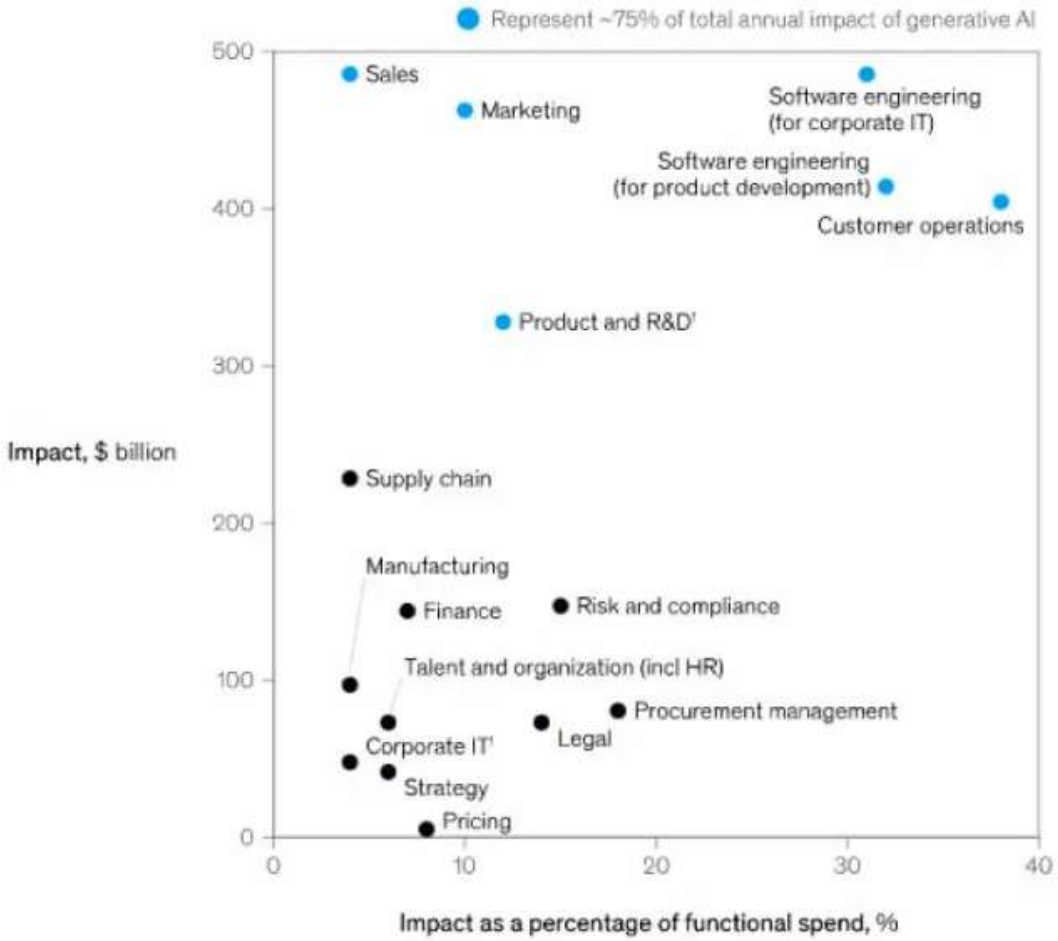


Рис. Как ИИ влияет на разные направления в бизнесе.
В топе — разработка ПО и продуктов, продажи, маркетинг, работа с клиентами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий

_____С.В. Пивнева
«25» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ «ОБУЧЕНИЕ СЛУЖЕНИЕМ»

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Связи с общественностью и управление репутацией бренда»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании УС Факультета политических и социальных технологий

Протокол № 11 от «25» февраля 2025г.

Декан факультета политических и
социальных технологий

С.В. Пивнева

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 8
2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 9
2.3. Содержание дисциплины (модуля) 11
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 16
3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) . 16
3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 17
3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 17
3.3.1. Средства информационных технологий 17
3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства 17
3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных 18
3.4. Образовательные технологии 18
3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 18
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 19
Приложение 1. 20
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 20
П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю) 20
П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации 25
Приложение 2. 32
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 32
П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе 32
П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) 35
П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 41
П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 46

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Важнейшим свойством проектной деятельности студентов является выход за пределы образовательной организации и взаимодействие с внешними партнерами. Таким образом, данная деятельность носит ключевой характер для развития у студентов навыков практической работы с людьми (работы в коллективе, проведения переговоров, управления проектами и т.д.). В развитии этих навыков нуждаются все студенты университета, вне зависимости от профессиональной специализации, а проектная деятельность, реализуемая во взаимодействии с внешними партнерами, является главным механизмом формирования и развития у студентов образовательной организации необходимых компетенций для последующего активного участия в жизни общества. При этом необходимо развивать и совершенствовать имеющиеся форматы работы со студентами в рамках образовательной деятельности.

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере проектной деятельности «Обучение служением», развития гражданственности путем реализации социально-ориентированного проекта с использованием профильных знаний и умений, полученных в учебном процессе, с их последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Проведение обучающимися анализа ситуации в реальных социальных условиях для выявления актуальной проблемы, требующей проектного решения.
2. Постановка проблемы путем фиксации обучающимися содержания проблемы, выявления субъекта проблемы, а также всех заинтересованных сторон в данной ситуации. Определение требований и ожиданий заинтересованных сторон с учетом социального контекста.
3. Разработка обучающимися паспорта проекта с учетом компетенций студенческой команды, имеющихся ресурсов, а также самоопределения участников проекта по отношению к решаемой проблеме.
4. Реализация проекта в условиях ресурсных, нормативных и этических ограничений, регулярного проведения рефлексивных мероприятий в целях развития гражданственности и профессионализма участников проекта.
5. Подготовка отчета о ходе и результатах реализации проекта. Выполнение обучающимися защиты проекта. Проведение итоговой рефлексии проекта в целях осознания участниками проекта глубоких взаимосвязей между профессиональными компетенциями, гражданской ответственностью и социальными изменениями во благо общества.

Таким образом, обучение служением как педагогическая технология интегрирует обучение и воспитание, академические знания и практический опыт их применения ради позитивных социальных изменений.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи. УК-1.2 Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия на основе синтеза и критического анализа информации. УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	*Знать:* основы системного подхода; принципы анализа ситуации для выявления проблем; принципы постановки цели и задач, теоретические основы стратегического планирования; основы теории аргументации. *Уметь:* критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией из разных источников; реализовать анализпроблемных ситуаций на основе системного подхода; вырабатывать стратегию действий.
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений. УК-2.2 Определяет ресурсное обеспечение для решения поставленной задачи и проектирует пути ее решения, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм.	*Знать:* основы планирования проектов; способы совершенствования собственной проектной деятельности и профессионального развития; методики самооценки, самоконтроля и саморазвития. *Уметь:* планировать самостоятельную проектную деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу; оценивать свои профессиональные качества, особенности характера, определять направления личностного роста, прогнозировать развитие в профес-

		сиональной деятельности, используя методы самодиагностики и цифровые средства; решать задачи собственного личностного и профессионального развития; определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной общественной деятельности; пользоваться технологиями и навыками планирования и управления своей деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2 В социальном взаимодействии соблюдает этические принципы, проявляет уважение к мнению и культуре других участников. УК-3.3 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, несет личную ответственность за результат.	*Знать:* способы эффективной коммуникации в группе или команде; признаки эффективной команды, технологии ее создания, правила командного взаимодействия; алгоритм принятия командных решений и способы преодоления негативных факторов при принятии решений в группе; методы урегулирования конфликтов. *Уметь:* устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; определять свою роль в команде с учетом собственных личностных ресурсов и ресурсов участников команды; использовать эффективные способы социального взаимодействия в процессе принятия группового или командного решения; пользоваться методиками

		постановки цели и задач проекта, методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта.
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Понимает многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии, закономерности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира, основные подходы к изучению культурных явлений. УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3 Выделяет и анализирует особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.	*Знать:* закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур; механизмы межкультурного взаимодействия. *Уметь:* понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; учитывать правила межкультурного взаимодействия в условиях различных этнических, религиозных и других ценностных систем; преодолевать коммуникативные, образовательные, этнические, конфессиональные барьеры для межкультурного взаимодействия; осуществлять осознанный выбор ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированно обсуждать и решать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера; проявлять чувства гражданственности и патриотизма, пользоваться навыками самостоятельного критического мышления.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет _4_ зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	6
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**72**	**36**	**36**
Лекционные занятия	8	4	4
из них: в форме практической подготовки			
Практические занятия	24	12	12
из них: в форме практической подготовки			
Лабораторные занятия			
из них: в форме практической подготовки			
Консультации	40	20	20
из них: в форме практической подготовки			
Самостоятельная работа обучающихся	**54**	**27**	**27**
Контроль промежуточной аттестации	**18**	**9**	**9**
Форма промежуточной аттестации	*зачет/ зачет с оценкой*	*зачет*	*зачет с оценкой*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**72**	**72**

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2		Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**16**			**8**	**8**
Лекционные занятия	8			4	4
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия	8			4	4
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Консультации					
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся	**120**			**60**	**60**
Контроль промежуточной аттестации	**8**			**4**	**4**
Форма промежуточной аттестации	*зачет/зачет с оценкой*			*зачет*	*зачет с оценкой*
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**			**72**	**72**

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

1. Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Семестр 5											
Раздел 1. Введение в социальное проектирование	**2**		**2**	**2**							
Тема 1.1. Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними.	1		1	1							
Тема 1.2. Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта.	1		1	1							
Раздел 2. Постановка проблемы и разработка проекта	**61**	**27**	**34**	**2**		**12**				**20**	
Тема 2.1. Анализ ситуации и постановка проблемы	23	9	14	2		6				6	
Тема 2.2. Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка	15	9	6							6	
Тема 2.3 Разработка и защита паспорта проекта	23	9	14			6				8	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Объем по модулю (семестру), часов	**72**	**27**	**36**	**4**		**12**				**20**	
Семестр 6											
Раздел 3. Реализация общественного проекта	**33**	**15**	**18**	**2**		**6**				**10**	

Тема 3.1 Прототипирование результата (продукта), разработка и реализация проектного решения	20	8	12	2		4				6	
Тема 3.2. Тестирование, оценка и улучшение продукта	13	7	6			2				4	
Раздел 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта	**30**	**12**	**18**	**2**		**6**				**10**	
Тема 4.1. Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь	14	6	8			4				4	
Тема 4.2. Подготовка отчёта по итогам реализации проекта.	16	6	10	2		2				6	
Контроль промежуточной аттестации, час	**9**										
Объем по модулю (семестру), часов	**72**	**27**	**36**	**4**		**12**				**20**	
Общий объем, часов	**144**	**54**	**72**	**8**		**24**				**40**	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**										
			Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Всего**	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Консультации**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Курс 3, Сессии 1-2)											
Раздел 1. Введение в социальное проектирование	**2**		**2**	**2**							
Тема 1.1. Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними.	1		1	1							

Тема 1.2. Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта.	1		1	1							
Раздел 2. Постановка проблемы и разработка проекта	**66**	**60**	**6**	**2**		**4**					
Тема 2.1. Анализ ситуации и постановка проблемы	23	20	3	1		2					
Тема 2.2. Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка	22	20	2			2					
Тема 2.3 Разработка и защита паспорта проекта	21	20	1	1							
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Объем по модулю (семестру), часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					
Модуль 1 (Курс 3, Сессии 3-4)											
Раздел 3. Реализация общественного проекта	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 3.1 Прототипирование результата (продукта), разработка и реализация проектного решения	18	16	2	1		1					
Тема 3.2. Тестирование, оценка и улучшение продукта	16	14	2	1		1					
Раздел 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта	**34**	**30**	**4**	**2**		**2**					
Тема 4.1. Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь	18	16	2	1		1					
Тема 4.2. Подготовка отчёта по итогам реализации проекта.	16	14	2	1		1					
Контроль промежуточной аттестации, час	**4**										
Объем по модулю (семестру), часов	**72**	**60**	**8**	**4**		**4**					
Общий объем, часов	**144**	**120**	**16**	**8**		**8**					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Тема 1.1. Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними

Перечень изучаемых элементов содержания

Значение социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) в решении социальных проблем и улучшении благосостояния общества, достижения социальных целей и улучшения качества жизни различных групп людей. Особенности социально ориентированных НКО: миссия и цели, безвозмездность, зависимость от донорской поддержки, волонтерство и гражданская активность, сотрудничество и партнерство НКО, использование инноваций и технологий. Иные типы организаций, реализующих социально ориентированные проекты: государственные и муниципальные учреждения, социальные предприниматели, коммерческие организации.

Тема 1.2. Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие проекта и проектирования. Отличия проектирования технических, экономических и социальных объектов, явлений и процессов. Особенности социально ориентированного проекта, которые отличают его от других типов проектов. Типы социальных проектов в зависимости от новизны, способов финансирования, по направлениям деятельности, масштабам, по срокам реализации. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). Жизненный цикл социального проекта. Решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; измерение и оценка социального воздействия; гибкость и адаптивность; коммуникация и информирование общественности

Место проектирования в социальной сфере. Проблемоориентированный подход в социальном проектировании. Финансово-экономическое и правовое обоснование социального проекта. Социальные эффекты проекта. Методы управления проектами. Использование «гибких» методов управления социальными проектами.

Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты:

− Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом;

− Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка;

− Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе; улучшение качества жизни или благосостояния целевой аудитории; развитие компетенций участников проекта, изменение отношения в обществе к социальным проблемам и запросам.

Составляющие и требования к оформлению проекта. Понятие паспорта проекта. Формирование команды проекта, лидерство, роли участников. Исследование социального окружения, постановка проблемы, её формулирование. Поиск проектного решения (гипотезы). Проверка гипотезы и постановка задачи. Цели и задачи проекта. Участники, их роли и заинтересованные стороны проекта. Взаимодействие с заказчиком проекта. Прототипирование продукта. Календарный план проекта. Ресурс обеспечение: финансовые ресурсы (гранты, спонсорство, пожертвования); человеческие ресурсы (команда проекта, волонтеры, партнеры); материальные ресурсы (оборудование, расходные материалы и инфраструктура); информационные ресурсы (Интернет, соц. сети, образовательные организации). Бюджет проекта. Внешние и внутренние коммуникации, медийное сопровождение проекта. Тестирование продукта и его улучшение. Завершение проекта. Командообразование и рефлексивные практики в ходе реализации проекта.

РАЗДЕЛ 2. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА

Тема 2.1. Анализ ситуации и постановка проблемы

Перечень изучаемых элементов содержания

Практические аспекты и выполнение анализа сложившейся общественной ситуации, определение главной проблемы, с которой планируется работать в рамках проекта. Исследование источников и анализ данных, взаимодействие с заинтересованными сторонами для выстраивания картины.

Выполнение практических шагов по постановке проблемы:

1. Изучение контекста: социальных, экономических, политических, экологических и иных факторов и аспектов, исследование источников информации, натурное обследование, наблюдение, опросы, взаимодействие с заказчиком, посещение организаций и территорий.
2. Выявление проблемы: формулирование проблемы, связь её с интересами социально-демографических групп, локальных сообществ. Выявление противоречий, конфликтов интересов, рисков: угроз и возможностей, связанных с проблемой.
3. Сбор и анализ данных с применением методов исследования в проектах: опросы, интервью, наблюдения, анализ статистических данных, факторный анализ, PESTLE, SWOT анализ.
4. Взаимодействие с заинтересованными сторонами: интервью и беседы с представителями сообществ, социально-демографических групп, организаций, органов власти, связанных с проблемой с целью выявления и анализа потребностей и интересов сторон.
5. Формулирование проблемы, определение её аспектов и стратегии решения.

Тема 2.2. Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка

Перечень изучаемых элементов содержания

Разработка гипотезы, проекта решения, наиболее эффективного или доступного команде, для решения поставленной проблемы. Проверка гипотезы на практике[1].

Выполнение практических шагов по выработке и проверки гипотезы проектного решения:

1. Формулировка гипотезы на основе предварительного исследования социального окружения и анализа данных о проблеме, включая описание проекта решения и прогноза его влияния на проблему.
2. Планирование эксперимента: шаги, ресурсы и меры, необходимые для проверки гипотезы, включая получение данных, которые позволят дать оценку эффективности решения.
3. Проведение эксперимента (тестирование гипотезы) и оценка эффективности предложенного решения: сбор данных и анализ эффективности предложенного проекта решения, сравнение результатов с прогнозом.
4. Заключение по итогам проверки гипотезы: выводы относительно эффективности предлагаемого решения, анализ сильных и слабых сторон решения, обсуждение дальнейших шагов. Уточнение (корректировка – при необходимости) гипотезы и её утверждение.

Тема 2.3. Разработка и защита паспорта проекта

Перечень изучаемых элементов содержания

Создание паспорта проекта как документа, содержащего ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, решаемой проблеме, ресурсах, плане и ожидаемых результатах. Взаи-

[1] Команда проекта вместе с наставником самостоятельно принимает решение о необходимости выполнения данного этапа

модействие с социальным заказчиком для согласования и подтверждения всех аспектов реализации проектов принятия намерений сторон.

Выполнение практических шагов по разработке и защите паспорта проекта:

1. Определение общих целей с применением принципов SMART: конкретности, измеримости, достижимости, значимости, ограниченности во времени
2. Выработка описания проекта: информации о его содержании и сущности, предполагаемых работах, результатах, ресурсах
3. Определение задач, мероприятий и календарного плана, включая сроки, ответственных, ресурсы, ожидаемые результаты
4. Оценка необходимых ресурсов: человеческих, финансовых, материально-технических и других
5. Защита паспорта проекта перед НКО и заинтересованными сторонами: презентация проекта представителям партнёрской организации, сообществ, социально-демографических групп (целевой аудитории, благополучателей и т.д.), включая аспекты проекта, содержательную согласованность документа, значимость проекта, потенциальные результаты, способы достижения целей.
6. Размещение паспорта на платформе ДОБРО.РФ (рекомендуется), включая просмотр вебинара по работе с платформой, выбор кейса, увязку с партнёрской организацией, заведение проекта от имени РГСУ, создание мероприятия, связь его с проектом, регистрацию студентов на мероприятие «доброе дело», одобрение заявок членов команды, предоставление им часов.

РАЗДЕЛ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОЕКТА[2]

Тема 3.1 Прототипирование результата (продукта), разработка и реализация проектного решения

Перечень изучаемых элементов содержания

Разработка и реализация конкретного решения проблемы. Применение знаний, навыков, опыта, полученного на предыдущих этапах и в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и его социального эффекта. Приобретение новых знаний, практического опыта и гибких (надпрофессиональных) навыков в ходе взаимодействия с заказчиком, проектной командой, наставником.

Выполнение практических шагов по прототипированию результата, разработке и реализации проектного решения:

1. Прототипирование: создание прототипа или модели продукта, решения: физического, виртуального, концептуального, служащего для тестирования функциональности, оценки эргономики, сбора обратной связи с целью дальнейшего совершенствования и создания финального продукта, решения.
2. Разработка и реализация плана проекта: программирование, дизайн, создание материалов, иные действия, необходимые для создания конечного продукта. Контроль выполнения задач проекта, сбор обратной связи от заказчика и заинтересованных сторон, оперативные совещания, рефлексивные практики, управление конфликтами, управление изменениями.

Тема 3.2. Тестирование, оценка и улучшение продукта

Перечень изучаемых элементов содержания

Тестирование продукта, решения с целью улучшения. Соотнесение его с целями. Устранение недостатков. Закрепление результатов

Выполнение практических шагов по тестированию и оценке результата:

[2] Только для очной формы обучения

1. Тестирование и улучшение созданного решения: проверка и оценка функциональности, эффективности, соответствия первоначальной гипотезе, получение и анализ обратной связи, устранение недостатков и недочётов.

2. Оценка полученного результата, соотнесение с первоначальными целями проекта: обоснование значимости продукта (решения), его эффективности, подготовка необходимой документации для дальнейшего использования

РАЗДЕЛ 4. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И РЕФЛЕКСИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОДГОТОВКА ОТЧЁТА[3]

Тема 4.1 Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь

Перечень изучаемых элементов содержания

Подведение итогов реализации общественного проекта обучения служением и подготовка отчета.

Выполнение практических шагов по анализу достигнутых результатов:

1. Анализ выполненных целей: перечень достигнутых результатов, соотнесение достигнутых результатов с начальными целями, анализ причин недостижения целей, анализ факторов, повлиявших на успешное достижение целей.
2. Оценка достигнутых результатов: определение значимости результатов для целевой аудитории и заинтересованных сторон, оценка социального эффекта и общественных изменений.
3. Рефлексия и извлечение уроков: анализ собственного опыта в реализации проекта, достижения целей методики «обучение служением», анализ результатов самопознания участников, новых знаний о себе, своих навыках, проблемах, сильных и слабых сторонах, установление направлений саморазвития (усиления слабых сторон, развития - сильных).
4. Оценка собственного вклада участников проекта: оценка вклада в проект, степени «присвоения» проекта, взаимодействия с командой, целевой аудиторией, рассмотрение навыков и качеств, которые были развиты в ходе реализации проекта, какие решались проблемы и как эта работа сказалась на результатах проекта.
5. Подготовка рекомендаций для будущих участников проекта: обобщение и документирование полученного опыта, указание рисков проекта и мер по управлению рисками, направлений развития результатов проекта, советы по улучшению выполнения аналогичных проектов в будущем.

Тема 4.2 Подготовка отчёта по итогам реализации проекта

Перечень изучаемых элементов содержания

Составление отчёта по проекту, защита результатов проекта. Отчёт защищается в ходе промежуточной аттестации как итоговый результат освоения дисциплины.

Выполнение практических шагов по составлению и защите отчёта по проекту:

1. Разработка введения: вводной части, в которой резюмируются цели проекта и его контекст
2. Разработка описания проекта: цели задачи, методы работы и измерения, предпринятые в ходе реализации
3. Описание результатов и достижений, связанных с поставленными целями проекта: конкретные количественные и качественные показатели и индикаторы, примеры для иллюстрации, визуальный и аудиовизуальный контент, иллюстрирующий процесс и результаты проекта.

[3] Только для очной формы обучения

4. Описание рефлексивной практики над выполненной работой, оценка значимости проекта и его результатов, описание успешных стратегий по решению проблемных ситуаций
5. Описание рекомендаций для будущих участников подобных проектов
6. Разработка заключения: финальные выводы, благодарности участникам, заказчикам, заинтересованным сторонам.
7. Защита отчёта о реализации проекта: презентация отчёта по проекту в рамках финального мероприятия по итогам реализации этапа «обучения служением» в университете
8. Участие в конгрессно-выставочной деятельности по результатам реализации проекта (рекомендуется). Оформление научных результатов проекта (рекомендуется).

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная литература

1. Фомина, О. Е. Организация волонтерской деятельности. Практический курс : учебное пособие для вузов / О. Е. Фомина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21261-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569441 (дата обращения:
2. Основы социального предпринимательства : учебное пособие для вузов / Е. М. Белый [и др.] ; под редакцией Е. М. Белого. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 188 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16407-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530954 (дата обращения: 22.01.2025).

3.1.2. Дополнительная литература

1. Событийное волонтерство : учебник для вузов / М. А. Мазниченко [и др.] ; под общей редакцией М. А. Мазниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20658-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/567796 (дата обращения: 22.01.2025).
2. Певная, М. В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики : монография / М. В. Певная ; под научной редакцией Г. Е. Зборовского. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 433 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-10984-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540308 (дата обращения: 22.01.2025).
3. Волонтерская деятельность. Событийное волонтерство : учебник для среднего профессионального образования / М. А. Мазниченко [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20898-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/558966 (дата обращения: 22.01.2025).
4. Управление проектами : учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19021-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555760 (дата обращения: 22.01.2025).

5. Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для вузов / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00757-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560853 (дата обращения: 22.01.2025).
6. Солодянкина, О. В. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе : учебник и практикум для вузов / О. В. Солодянкина. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07566-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562061 (дата обращения: 22.01.2025).

3.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	https://e.lanbook.com/

3.3. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

3.3.1. Средства информационных технологий

2. Персональные компьютеры;
3. Средства доступа в Интернет;
4. Проектор.

3.3.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Okular или Acrobat Reader DC
4. Ark или 7-zip
5. User Gate

6. TrueConf (client)

3.3.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Справочная правовая система "Консультант-Плюс"	База правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, новости и обзоры последних изменений, современные программные технологии	https://www.consultant.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	УБД "ИВИС"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://eivis.ru/

3.4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей информационно-коммуникационных технологий.

3.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для лекционных занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом), техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для практических занятий оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (проектор, экран, звуковое оборудование, компьютер, имеющий доступ в Интернет), а также, при необходимости, демонстрационными печатными пособиями.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	Рабочая программа дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Приложение 1.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ «ОБУЧЕНИЕ СЛУЖЕНИЕМ»

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

П.1.1. Оценочные материалы для проведения текущего и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	**Раздел 1.** Введение в социальное проектирование	Устный опрос	1. Понятие СО НКО, их значение в общественно-политической жизни, роль в решении социально-значимых задач, миссия, цели и принципы работы 2. Ресурсное обеспечение деятельности СО НКО 3. Современные проблемы СО НКО, потенциал их взаимодействия с вузами 4. Другие (помимо СО НКО) организации, играющие роль социальных заказчиков, решающие социально-значимые задачи: государственные и муниципальные учреждения, социальные предприниматели 5. Финансово-экономическое и правовое обоснование социального проекта 6. Жизненный цикл социального проекта. 7. Измерение и оценка социального воздействия (социальные эффекты); 8. Медиакоммуникации в социальном проектировании 9. Методы управления проектами. Использование «гибких» методов управления социальными проектами. 10. Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты: – Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом; – Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка; – Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе. 11. Оформление проекта, паспорт проекта 12. Организационные аспекты управления проектами: ко-

			манда, лидерство, распределение ролей, участники, заказчик, наставник, заинтересованные стороны 13. Этапы реализации социального проекта 14. Методы исследования, применяемые для анализа контекста и исследования окружения 15. Аспекты формулирования проблемы, целеполагания и задач 16. Поиск проектного решения, проверка гипотезы проектного решения 17. Прототипирование продукта, тестирование продукта 18. Ресурсное обеспечение социально-ориентированного проекта 19. Завершение проекта, отчёт о реализации проекта, защита результатов проекта 20. Взаимодействие СО НКО с государством, общественными структурами, гражданами, социально-демографическими группами (сообществами) 21. Разнообразие благополучателей СО НКО: социально-демографические группы, сообщества, их классификация, интересы, взаимодействие между собой, конфликты 22. Деятельность СО НКО: этические, историко-философские, экономические, операционные и иные аспекты 23. Понятие социально-ориентированного проекта, его специфика и отличия от других видов проектов: технические, экономические, этико-философские, социальные аспекты 24. Типы социальных проектов, проблемоориентированность социальных проектов, их классификация 25. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). 26. Решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими СО НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; 27. Рефлексивные практики, командообразование, разрешение конфликтов в ходе реализации проекта 28. Взаимодействие СО НКО с государством, общественными структурами, гражданами, социально-демографическими группами (сообществами) 29. Разнообразие благополучателей СО НКО: социально-демографические группы, сообщества, их классификация, интересы, взаимодействие между собой, конфликты 30. Деятельность СО НКО: этические, историко-философские, экономические, операционные и иные аспекты 31. Понятие социально-ориентированного проекта, его специфика и отличия от других видов проектов: технические, экономические, этико-философские, социальные аспекты 32. Типы социальных проектов, проблемоориентированность социальных проектов, их классификация 33. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). 34. Решение социальных проблем или улучшение благосо-

			стояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими СО НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; 35. Рефлексивные практики, командообразование, разрешение конфликтов в ходе реализации проекта
2.	**Раздел 2.** Постановка проблемы и разработка проекта	Выполнение и защита практического задания	По итогам выполнения этапа «Постановка проблемы и разработка этапа» проектные команды составляют и защищают паспорт проекта по заранее подготовленному шаблону (согласовывается наставником с социальным заказчиком и проектными командами). Паспорт проекта в рамках реализации общественного проекта представляет собой документ, который содержит основные характеристики проекта, его цели, задачи, ресурсы и ожидаемые результаты. Защита и оценка паспорта проекта помогает студенческой проектной команде понять, насколько хорошо задуман и спланирован проект, а заказчику убедиться в корректности действий по реализации проекта и получить разумную уверенность в эффективности предложенной гипотезы (проектного решения) Оценка паспорта проекта происходит по следующим критериям: 1. Цели и задачи. Оценка должна включать анализ целей и задач, определенных в паспорте проекта. Критерии оценки могут быть связаны с тем, насколько ясные, конкретные и достижимые поставлены цели, а также насколько хорошо определены задачи, которые должны быть выполнены для достижения этих целей. 2. Ресурсы и бюджет. Паспорт проекта должен содержать информацию о ресурсах, которые требуются для его реализации, и при необходимости о бюджете, выделенном на проект. Оценка паспорта проекта может включать анализ доступности и эффективного использования ресурсов, а также их соответствия запланированным задачам. 3. Методы и план работы. Паспорт проекта должен содержать описание методов и плана работы, которые будут использоваться для достижения целей. Оценка может включать анализ этих методов и плана работы на предмет их доступности, реалистичности и эффективности в контексте проекта. План работы должен включать план рефлексивных мероприятий. Паспорт проекта должен содержать риски и меры по управлению ими. 4. Ожидаемые результаты и показатели. Паспорт проекта должен содержать ожидаемые результаты и показатели, чтобы определить, насколько успешно проект будет выполнен. Оценка может включать анализ ожидаемых результатов и показателей на предмет их ясности, измеримости и связи с поставленными целями. Оценка паспорта проекта может включать анализ воздействия проекта на целевую аудиторию или проблему, ко-

			торую проект решает. Важно, чтобы оценка паспорта проекта проводилась в контексте конкретной ситуации. Критерии оценки могут быть адаптированы и дополнены с учетом особенностей проекта и его целей.
		Устный опрос	1. Сотрудничество и коммуникация. Обучающиеся оценивают, насколько эффективно и созидательно каждый участник проекта взаимодействовал и общался с остальными участниками. Это может включать способность слушать и уважать мнение других, делиться своими идеями и способность совместно решать проблемы. 2. Качество работы. Обучающиеся оценивают, насколько качественно выполняли взятые на себя задачи участники команды, насколько точно они были выполнены, насколько хорошо были реализованы предложенные идеи и предложения, а также насколько ценен вклад каждого члена команды. 3. Участие и активность. Обучающиеся оценивают активность и участие каждого участника в групповой работе, насколько участник был активным, вовлеченным и готовым работать в команде. 4. Надежность и ответственность. Обучающиеся оценивают надежность и ответственность каждого участника проекта. Обучающиеся могут оценить, насколько каждый участник выполнял свои обязанности и соблюдал сроки, а также насколько можно было положиться на каждого участника. После взаимной оценки обучающиеся могут обсудить результаты и дать обратную связь своим коллегам для дальнейшего роста и улучшения. Важно помнить, что взаимная оценка должна быть объективной, справедливой и конструктивной для максимальной пользы каждого участника.
3.	**Раздел 3[4].** Реализация общественного проекта	Устный опрос	1. Насколько полученные результаты соответствует поставленным изначально целям 2. Увязаны ли цели и задачи, с проблемой, проектным решением результатами 3. Выполнены ли все задачи проекта 4. Насколько проект соответствует целям обучения 5. Каковы ожидаемые положительные последствия для социально-демографической группы, на которую был направлен проект 6. Какие ограничения (в том числе правовые) были у проекта и как они были устранены или учтены в проекте. 7. Какие методы исследования, технологии, методики использовались в ходе проекта, насколько применимы они оказались в проекте. 8. Каков персональный вклад участников в работу команды, реализацию проекта и достижение его результатов, его значимость 9. Персональный вклад в социальные изменения, которые повлекла реализация проекта 10. Какие новые знания, навыки получены в ходе проекта

[4] Только для очной формы обучения

			11. Взаимное влияние на партнёров (одногруппников, членов проектной команды, наставника, заказчика, заинтересованные стороны) и наоборот. 12. Трудности в ходе реализации проекта, каким образом преодолевались эти трудности. 13. К каким внутриличностным изменениям привела работа в команде, какие командные «инсайты» открылись в ходе реализации проекта 14. Какие собственные лидерские качества открылись у участников команды, и что этому мешало 15. Что нового о сообществе (целевой социально-демографической группе) вы узнали? 16. Какие трудности во взаимодействии с сообществом и заказчиком возникали, как они разрешались 17. Каким образом изменилось персональное отношение к сообществу в ходе реализации проекта 18. Эффективность для заказчика. Способствовал ли проект улучшению качества работы заказчика, содействовал ли улучшению жизни в сообществе или решению конкретной проблемы? Удовлетворены ли потребности заказчика и сообщества? 19. Взаимодействие с заказчиком. Насколько активно заказчик и сообщество участвовали в процессе реализации проекта? Была ли у заказчика и сообщества возможность влиять на ход реализации проекта? Способствовал ли проект улучшению отношений между обучающимися, заказчиком и сообществом или между различными группами внутри сообщества? 20. Долгосрочный эффект. Существуют ли планы или перспективы для продолжения проекта или его влияния на будущее? Хороший проект обучения служением должен оставить устойчивый след в сообществе. 21. Развитие студентов. Заказчик и сообщество оценивают вклад опыта в обучение и развитие студентов. Смогли ли обучающиеся развить свои знания, навыки и понимание сообщества и общественных проблем?
	Раздел 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта	Устный опрос	1. Насколько полученные результаты соответствует поставленным изначально целям 2. Увязаны ли цели и задачи, с проблемой, проектным решением результатами 3. Какие ограничения (в том числе правовые) были у проекта и как они были устранены или учтены в проекте. 4. Какие методы рефлексии использовались в ходе подведения итогов проекта? Каковы их результаты? 5. Каков персональный вклад участников в работу команды, реализацию проекта и достижение его результатов, его значимость 6. Персональный вклад в социальные изменения, которые повлекла реализация проекта 7. Какие новые знания, навыки получены в ходе проекта 8. Взаимное влияние на партнёров (одногруппников, членов проектной команды, наставника, заказчика, заинтересованные стороны) и наоборот. 9. Трудности во взаимодействии в ходе реализации проек-

			та, каким образом преодолевались эти трудности. 10. К каким внутриличностным изменениям привела работа в команде, какие командные «инсайты» открылись в ходе реализации проекта 11. Какие собственные лидерские качества открылись у участников команды, и что этому мешало 12. Какие трудности вызвала подготовка паспорта проекта и отчёт об исполнении проекта. 13. Остались ли вы довольны взаимодействием с заказчиком, наставником. Что можно было бы улучшить в таком взаимодействии 14. Что бы вы посоветовали будущим участникам проекта?

П.1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) и формы аттестации

Очная форма обучения (Семестр _5-6_)
Заочная форма обучения (Курс _3_, Сессия _1-4_)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет/зачет с оценкой,** который проводится в **устной** форме.

Общее количество тестовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Наименование компетенции	Номера заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	*1 – 6*
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	*7 – 18,*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	*19 – 25*
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	*26 – 30*
Всего		*30*

Код контролируемой компетенции: УК-1

1. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Этап проектной работы, на котором обучающиеся должны понять и оценить широкий контекст, в котором существует проблема, лежащая в основе проекта.

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Взаимодействие с заинтересованными сторонам.

Ответ _____

2. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Этап проектной работы, на котором обучающиеся должны определить главную проблему, с которой они будут работать в рамках своего проекта. Проблема должна быть ясно сформулирована и связана с интересами или потребностями местного сообщества или определенной группы людей:

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Постановка проблемы

Ответ _____

3. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
«Этап проектной работы, на котором обучающиеся собирают необходимые данные, чтобы лучше понять проблему

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Ответ _____

4. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Этап проектной работы, на котором обучающиеся проводят беседы с заинтересованными сторонами, такими как представители сообществ, организаций или групп, на которых влияет проблема.:

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Ответ _____

5. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Этап проектной работы, на котором обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и быть связанной с конкретными субъектами.:

1) Изучение контекста;
2) Идентификация проблемы;
3) Сбор данных и анализ;
4) Постановка проблемы

Ответ _____

6. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором на основе исследования и анализа данных студенты формулируют предположение о том, какое решение может быть наиболее подходящим для снятия проблемы.:

1) Разработка гипотезы;

2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-2

7. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся разрабатывают план проверки, который поможет исследовать их гипотезу на практике.:
1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

8. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся собирают данные, оценивают результаты и проводят анализ эффективности предложенного решения, сравнивают полученные результаты с гипотезами и оценивают, насколько успешным оказалось решение.:
1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

9. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги.
1) Разработка гипотезы;
2) Планирование эксперимента;
3) Реализация и оценка;
4) Анализ и заключение.

Ответ _____

10. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.:
1) Определение общих целей;
2) Выработка описания проекта;
3) Определение задач и плана работы;
4) Оценка необходимых ресурсов

Ответ _____

11. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах.:
1) Определение общих целей;
2) Выработка описания проекта;
3) Определение задач и плана работы;
4) Оценка необходимых ресурсов.
Ответ _____

12. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся выделяют необходимые задачи, которые необходимо выполнить в рамках проекта, разрабатывают план работ, который включает этапы, сроки, ответственных лиц, ресурсы и ожидаемые результаты.
1) Определение общих целей;
2) Выработка описания проекта;
3) Определение задач и плана работы;
4) Оценка необходимых ресурсов.
Ответ _____

13. *Прочитайте текст и запишите развернутый ответ.*
Какие действия совершают обучающиеся в рамках проектной деятельности при выполнении одного из практических шагов - оценки необходимых ресурсов?
Ответ _____

14. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Какие действия совершают обучающиеся в рамках проектной деятельности при выполнении одного из основных шагов – защиты паспорта проекта?
Ответ _____

15. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
В чем заключается суть прототипирования как одного из основных шагов в рамках проектной деятельности?
Ответ _____

16. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Сформулируйте основные действия, которые может выполнять проектная команда во время разработки и реализации решения либо продукта проектной деятельности.
Ответ _____

17. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Какие возможности у проектной команды появляются во время выполнения практического шага по тестированию и улучшению продукта либо проектного решения?
Ответ _____

18. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*
Опишите, какую работу выполняет проектная команда на этапе оценки продукта либо решения.
Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-3

19. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны оценить, насколько успешно достигнуты поставленные цели проекта; рассмотреть, какие результаты были достигнуты и соотнести их с начальными целями.:
1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.
Ответ _____

20. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны проанализировать достигнутые результаты и определить их значимость для целевой аудитории; разобраться в основных изменениях или преимуществах, которые проект принес сообществу.
1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.
Ответ _____

21. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны проанализировать проект и свой опыт в рамках обучения служением; рассмотреть, что обучающиеся узнали о себе, своих навыках, проблемах, с которыми столкнулись, и какие уроки они извлекли из выполненной работы.:
1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.
Ответ _____

22. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*
Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны оценить свой вклад в проект и взаимодействие с командой и целевой аудиторией; рассмотреть, какие навыки или качества они развили, на какие проблемы обратили внимание, и как работа сказалась на результатах проекта.
1) Анализ выполненных целей;

2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Оценка собственного вклада.

Ответ _____

23. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Один из основных шагов, на котором обучающиеся должны подготовить рекомендации для будущих участников проекта, основанные на полученном опыте, обсудить, что можно улучшить, какие советы можно предложить для достижения лучших результатов в будущем.

1) Анализ выполненных целей;
2) Оценка достигнутых результатов;
3) Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта;
4) Обратная связь и рекомендации.

Ответ _____

24. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Что такое паспорт проекта?

1) Документ с персональными данными руководителей и участников проекта;
2) Паспорт руководителя проекта;
3) Устав организации-социального партнера в рамках подхода «Обучением служением»;
4) Документ, описывающий основные параметры проекта: название, цели, задачи, результаты и т.д..

Ответ _____

25. *Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.*

В чем заключается суть основного отличия подхода «Обучение служением» от волонтерства студентов?

Ответ _____

Код контролируемой компетенции: УК-5

26. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Какую роль играет преподаватель в реализации подхода «Обучение служением»?

1). Роль преподавателя не меняется по сравнению со стандартным образовательным процессом;
2). Преподаватель всегда играет роль наставника, который обеспечивает студентам максимальную свободную деятельность в проекте;
3). Преподаватель всегда играет роль руководителя, который управляет всем процессом и уверенно ведет команду к результату;
4) В зависимости от сложности проекта и подготовленности студентов преподаватель может играть роль наставника, так и роль руководителя.

Ответ _____

27. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Какой из способов поддержки вузом мотивации преподавателя в реализации подхода «Обучение служением» представлен некорректно?

1) ВУЗ может создать сообщество преподавателей, участвующих в проектах «ОС», для неформальной помощи;
2) ВУЗ может создать гибкий регламент работы преподавателя, в рамках которого ему будет комфортно сопровождать социально значимые проект;
3) ВУЗ может обеспечивать преподавателя повышением квалификации и необходимыми образовательными материалами;
4) ВУЗ может поддерживать мотивацию преподавателя только финансово.

Ответ _____

28. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Верно ли, что в подведении итогов проекта могут принимать участие организации-партнеры?

1) Верно, организации-партнеры оценивают общую результативность проекта со своей перспективы;
2) Не верно, в подведении итогов принимают участие студенты совместно с преподавателями;
3) Не верно, в подведении итогов принимают участие только преподаватели;
4) Организации-партнеры являются единственной стороной, которая может оценивать результаты проекта.

Ответ _____

29. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

ДОБРО.РФ – это …:

1) Крупнейшая платформа добрых дел в России;
2) Крупнейшая краудфандинговая платформа;
3) Платформа благотворительного фонда для внесения пожертвований;
4) Платформа для pro-bono волонтеров.

Ответ _____

30. *Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.*

Что обозначает термин «Hard Skills?»:

1) Профессиональные навыки;
2) Социальные навыки;
3) Личностные качества студента;
4) Личностные качества преподавателя

Ответ _____

Приложение 2.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ «ОБУЧЕНИЕ СЛУЖЕНИЕМ»

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по за-

данию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Тема лекционного занятия: Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними

Цели занятия: Формирование у участников понимания специфики работы социально-ориентированных некоммерческих организаций (НКО), а также освоение практических навыков эффективного взаимодействия с такими организациями для достижения социальных целей.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Значение социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) в решении социальных проблем и улучшении благосостояния общества, достижения социальных целей и улучшения качества жизни различных групп людей. Особенности социально ориентированных НКО: миссия и цели, безвозмездность, зависимость от донорской поддержки, волонтерство и гражданская активность, сотрудничество и партнерство НКО, использование инноваций и технологий. Иные типы организаций, реализующих социально ориентированные проекты: государственные и муниципальные учреждения, социальные предприниматели, коммерческие организации.

Тема лекционного занятия: Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта

Цели занятия: Познакомить учащихся с понятием социального проекта и особенностями социально-ориентированного проектирования, а также рассмотреть основные этапы разработки и реализации социальных проектов.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие проекта и проектирования. Отличия проектирования технических, экономических и социальных объектов, явлений и процессов. Особенности социально ориентированного проекта, которые отличают его от других типов проектов. Типы социальных проектов в зависимости от новизны, способов финансирования, по направлениям деятельности, масштабам, по срокам реализации. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). Жизненный цикл социального проекта. Решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; измерение и оценка социального воздействия; гибкость и адаптивность; коммуникация и информирование общественности

Место проектирования в социальной сфере. Проблемоориентированный подход в социальном проектировании. Финансово-экономическое и правовое обоснование социального проекта. Социальные эффекты проекта. Методы управления проектами. Использование «гибких» методов управления социальными проектами.

Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты:

− Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом;

− Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка;

−__Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе; улучшение качества жизни или благосостояния целевой аудитории; развитие компетенций участников проекта, изменение отношения в обществе к социальным проблемам и запросам.

Составляющие и требования к оформлению проекта. Понятие паспорта проекта. Формирование команды проекта, лидерство, роли участников. Исследование социального окружения, постановка проблемы, её формулирование. Поиск проектного решения (гипотезы). Проверка гипотезы и постановка задачи. Цели и задачи проекта. Участники, их роли и заинтересованные стороны проекта. Взаимодействие с заказчиком проекта. Прототипирование продукта. Календарный план проекта. Ресурс обеспечение: финансовые ресурсы (гранты, спонсорство, пожертвования); человеческие ресурсы (команда проекта, волонтеры, партнеры); материальные ресурсы (оборудование, расходные материалы и инфраструктура); информационные ресурсы (Интернет, соц. сети, образовательные организации). Бюджет проекта. Внешние и внутренние коммуникации, медийное сопровождение проекта. Тестирование продукта и его улучшение. Завершение проекта. Командообразование и рефлексивные практики в ходе реализации проекта.

РАЗДЕЛ 2. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА

Тема лекционного занятия: Анализ ситуации и постановка проблемы

Цели занятия: Научить обучающихся методам анализа ситуации и постановки проблем, необходимых для успешного освоения дисциплины и подготовки проекта

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Практические аспекты и выполнение анализа сложившейся общественной ситуации, определение главной проблемы, с которой планируется работать в рамках проекта. Исследование источников и анализ данных, взаимодействие с заинтересованными сторонами для выстраивания картины.

Выполнение практических шагов по постановке проблемы:

1.Изучение контекста: социальных, экономических, политических, экологических и иных факторов и аспектов, исследование источников информации, натурное обследование, наблюдение, опросы, взаимодействие с заказчиком, посещение организаций и территорий.

2.Выявление проблемы: формулирование проблемы, связь её с интересами социально-демографических групп, локальных сообществ. Выявление противоречий, конфликтов интересов, рисков: угроз и возможностей, связанных с проблемой.

3.Сбор и анализ данных с применением методов исследования в проектах: опросы, интервью, наблюдения, анализ статистических данных, факторный анализ, PESTLE, SWOT анализ.

4.Взаимодействие с заинтересованными сторонами: интервью и беседы с представителями сообществ, социально-демографических групп, организаций, органов власти, связанных с проблемой с целью выявления и анализа потребностей и интересов сторон.

5.Формулирование проблемы, определение её аспектов и стратегии решения.

Тема лекционного занятия: Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка

Цели занятия: Ознакомить учащихся с методами выработки гипотез проектных решений и способами их проверки, а также развить навыки критического мышления и анализа.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Разработка гипотезы, проекта решения, наиболее эффективного или доступного команде, для решения поставленной проблемы. Проверка гипотезы на практике[5].

Выполнение практических шагов по выработке и проверки гипотезы проектного решения:

1. Формулировка гипотезы на основе предварительного исследования социального окружения и анализа данных о проблеме, включая описание проекта решения и прогноза его влияния на проблему.
2. Планирование эксперимента: шаги, ресурсы и меры, необходимые для проверки гипотезы, включая получение данных, которые позволят дать оценку эффективности решения.
3. Проведение эксперимента (тестирование гипотезы) и оценка эффективности предложенного решения: сбор данных и анализ эффективности предложенного проекта решения, сравнение результатов с прогнозом.
4. Заключение по итогам проверки гипотезы: выводы относительно эффективности предлагаемого решения, анализ сильных и слабых сторон решения, обсуждение дальнейших шагов. Уточнение (корректировка – при необходимости) гипотезы и её утверждение.

Тема лекционного занятия: Разработка и защита паспорта проекта

Цели занятия: Ознакомить обучающихся с процессом разработки и защиты паспорта проекта, а также научить их правильно структурировать информацию и аргументировать ключевые положения проекта перед заинтересованными сторонами.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Создание паспорта проекта как документа, содержащего ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, решаемой проблеме, ресурсах, плане и ожидаемых результатах. Взаимодействие с социальным заказчиком для согласования и подтверждения всех аспектов реализации проектов принятия намерений сторон.

Выполнение практических шагов по разработке и защите паспорта проекта:

1. Определение общих целей с применением принципов SMART: конкретности, измеримости, достижимости, значимости, ограниченности во времени
2. Выработка описания проекта: информации о его содержании и сущности, предполагаемых работах, результатах, ресурсах
3. Определение задач, мероприятий и календарного плана, включая сроки, ответственных, ресурсы, ожидаемые результаты
4. Оценка необходимых ресурсов: человеческих, финансовых, материально-технических и других
5. Защита паспорта проекта перед НКО и заинтересованными сторонами: презентация проекта представителям партнёрской организации, сообществ, социально-демографических групп (целевой аудитории, благополучателей и т.д.), включая ас-

[5] Команда проекта вместе с наставником самостоятельно принимает решение о необходимости выполнения данного этапа

пекты проекта, содержательную согласованность документа, значимость проекта, потенциальные результаты, способы достижения целей.

6. Размещение паспорта на платформе ДОБРО.РФ (рекомендуется), включая просмотр вебинара по работе с платформой, выбор кейса, увязку с партнёрской организацией, заведение проекта от имени РГСУ, создание мероприятия, связь его с проектом, регистрацию студентов на мероприятие «доброе дело», одобрение заявок членов команды, предоставление им часов.

РАЗДЕЛ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОЕКТА

Тема лекционного занятия: Разработка и защита паспорта проекта

Цели занятия: Подготовить обучающихся к разработке и защите паспорта проекта, а также научить их правильно структурировать информацию и аргументировать ключевые положения проекта перед заинтересованными сторонами.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Разработка и реализация конкретного решения проблемы. Применение знаний, навыков, опыта, полученного на предыдущих этапах и в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и его социального эффекта. Приобретение новых знаний, практического опыта и гибких (надпрофессиональных) навыков в ходе взаимодействия с заказчиком, проектной командой, наставником.

Выполнение практических шагов по прототипированию результата, разработке и реализации проектного решения:

1. Прототипирование: создание прототипа или модели продукта, решения: физического, виртуального, концептуального, служащего для тестирования функциональности, оценки эргономики, сбора обратной связи с целью дальнейшего совершенствования и создания финального продукта, решения.
2. Разработка и реализация плана проекта: программирование, дизайн, создание материалов, иные действия, необходимые для создания конечного продукта. Контроль выполнения задач проекта, сбор обратной связи от заказчика и заинтересованных сторон, оперативные совещания, рефлексивные практики, управление конфликтами, управление изменениями.

Тема лекционного занятия: Тестирование, оценка и улучшение продукта

Цели занятия: Ознакомить студентов с методами тестирования продуктов, оценки их качества и эффективности, а также стратегиями улучшения на основе полученных данных.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Тестирование продукта, решения с целью улучшения. Соотнесение его с целями. Устранение недостатков. Закрепление результатов

Выполнение практических шагов по тестированию и оценке результата:

1. Тестирование и улучшение созданного решения: проверка и оценка функциональности, эффективности, соответствия первоначальной гипотезе, получение и анализ обратной связи, устранение недостатков и недочётов.

2 Оценка полученного результата, соотнесение с первоначальными целями проекта: обоснование значимости продукта (решения), его эффективности, подготовка необходимой документации для дальнейшего использования

РАЗДЕЛ 4. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И РЕФЛЕКСИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОДГОТОВКА ОТЧЁТА

Тема лекционного занятия: Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь

Цели занятия: Научить участников методам анализа и оценки выполнения целей проекта, достигнутых результатов, а также эффективному использованию обратной связи.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Подведение итогов реализации общественного проекта обучения служением и подготовка отчета.

Выполнение практических шагов по анализу достигнутых результатов:

1. Анализ выполненных целей: перечень достигнутых результатов, соотнесение достигнутых результатов с начальными целями, анализ причин недостижения целей, анализ факторов, повлиявших на успешное достижение целей.
2. Оценка достигнутых результатов: определение значимости результатов для целевой аудитории и заинтересованных сторон, оценка социального эффекта и общественных изменений.
3. Рефлексия и извлечение уроков: анализ собственного опыта в реализации проекта, достижения целей методики «обучение служением», анализ результатов самопознания участников, новых знаний о себе, своих навыках, проблемах, сильных и слабых сторонах, установление направлений саморазвития (усиления слабых сторон, развития - сильных).
4. Оценка собственного вклада участников проекта: оценка вклада в проект, степени «присвоения» проекта, взаимодействия с командой, целевой аудиторией, рассмотрение навыков и качеств, которые были развиты в ходе реализации проекта, какие решались проблемы и как эта работа сказалась на результатах проекта.
5. Подготовка рекомендаций для будущих участников проекта: обобщение и документирование полученного опыта, указание рисков проекта и мер по управлению рисками, направлений развития результатов проекта, советы по улучшению выполнения аналогичных проектов в будущем.

Тема лекционного занятия: Подготовка отчёта по итогам реализации проекта

Цели занятия: Ознакомить обучающихся с принципами и структурой подготовки отчета по итогам реализации проекта, а также научить их грамотно оформлять и представлять результаты проделанной работы.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные ма-териалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Составление отчёта по проекту, защита результатов проекта. Отчёт защищается в ходе промежуточной аттестации как итоговый результат освоения дисциплины.

Выполнение практических шагов по составлению и защите отчёта по проекту:

1. Разработка введения: вводной части, в которой резюмируются цели проекта и его контекст
2. Разработка описания проекта: цели задачи, методы работы и измерения, предпринятые в ходе реализации
3. Описание результатов и достижений, связанных с поставленными целями проекта: конкретные количественные и качественные показатели и индикаторы, примеры для иллюстрации, визуальный и аудиовизуальный контент, иллюстрирующий процесс и результаты проекта.
4. Описание рефлексивной практики над выполненной работой, оценка значимости проекта и его результатов, описание успешных стратегий по решению проблемных ситуаций
5. Описание рекомендаций для будущих участников подобных проектов
6. Разработка заключения: финальные выводы, благодарности участникам, заказчикам, заинтересованным сторонам.
7. Защита отчёта о реализации проекта: презентация отчёта по проекту в рамках финального мероприятия по итогам реализации этапа «обучения служением» в университете
8. Участие в конгрессно-выставочной деятельности по результатам реализации проекта (рекомендуется). Оформление научных результатов проекта (рекомендуется).

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 2. Постановка проблемы и разработка проекта

Тема занятия: Анализ ситуации и постановка проблемы

Формы практических заданий: практикум по решению задач

Данный этап является первым практическим шагом, который помогает студентам полноценно понять сложившуюся общественную ситуацию и определить главную проблему, с которой они будут работать в рамках проекта.

На этом этапе студентам предстоит провести исследование, проанализировать данные и взаимодействовать с заинтересованными сторонами для полного понимания ситуации.

Кроме того, на начальном этапе происходит формирование проектной команды студентов, распределяются роли и задачи, происходят начальные фазы формирования команды: создание, бурление и нормирование.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги раздела «Анализ ситуации и постановка проблемы» в проекте обучения служением, выполняемые в рамках **практического занятия**:

(Шаг 1 Изучение контекста – выполняется в рамках самостоятельной работы).

Шаг 2. Идентификация проблемы. На основе изучения контекста обучающиеся определяют главную проблему, с которым они будут работать в рамках своего проекта. Проблема должна быть ясно сформулирована и связана с интересами или потребностями местного сообщества или определенной группы людей. Это поможет студентам сосредоточить свое исследование и действия на решении конкретной проблемы.

(Шаг 3. Сбор данных и анализ – выполняется в рамках самостоятельной работы).

(Шаг 4. Взаимодействие с заинтересованными сторонами – выполняется в рамках самостоятельной работы).

Шаг 5[6]. Постановка проблемы. После анализа и исследования обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и быть связанной с конкретными субъектами. Это помогает студентам сфокусироваться и ориентироваться на поиск решения в ходе своей работы.

Анализ ситуации и постановка проблемы важны для определения направления и разработки стратегии действий в рамках обучения служением. Подробное понимание контекста и основной проблемы помогает студентам сосредоточиться на создании эффективных и релевантных решений в дальнейшем.

Тема занятия: Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка
Формы практических заданий: практикум по решению задач

Обучающиеся разрабатывают гипотезу или предположение о том, какое решение может быть наиболее эффективным для решения проблемы, поставленной на предыдущем этапе, и затем проверяют свое предположение на практике.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги этапа «Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка» в проекте обучения служением, осуществляемые в рамках **практического занятия**:

Шаг 1. Создание гипотезы. На основе исследования и анализа данных обучающиеся формулируют гипотезу о том, какое решение может быть наиболее подходящим для решения проблемы. Гипотеза должна быть конкретной, измеримой и проверяемой. Она должна включать в себя описание предлагаемого решения и предсказание о том, как это решение может повлиять на проблему.

Шаг 2[7]. Планирование эксперимента. Здесь обучающиеся разрабатывают план эксперимента, который поможет проверить их гипотезу на практике. Они определяют, какие шаги, ресурсы и меры понадобятся для реализации плана и получения данных, которые помогут оценить эффективность предполагаемого решения.

(Шаг 3. Реализация и оценка – выполняется в рамках самостоятельной работы).

Шаг 4[8]. Анализ и заключение. Обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги. При необходимости, уточняют гипотезу или возвращаются к этапу разработки гипотезы.

Этот этап помогает студентам проверить и подтвердить свою гипотезу на практике и оценить, насколько успешно и эффективно они могут справиться с решением проблемы. Этот этап также является возможностью для обучения на опыте и корректировки своего подхода на основе полученных данных и результатов.

Тема занятия: Разработка и защита паспорта проекта
Формы практических заданий: практикум по решению задач

Обучающиеся на данном этапе совместно создают документ, который содержит ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, ресурсах и планируемых результатах. Процесс

[6] Выполняется только для очной и очно-заочной форм обучения. Для заочной формы – выполняется в рамках самостоятельной работы.

[7] Для заочной формы обучения выполняется в рамках самостоятельной работы

[8] Для заочной формы обучения выполняется в раках самостоятельной работы

разработки паспорта проекта и его последующей защиты является важным шагом для обеспечения ясного понимания проекта как у самой команды, так и у заинтересованных сторон.

Создание паспорта проекта и его защита являются финализацией этапа формирования замысла проекта. Прохождение этого этапа является условием для успешной реализации проекта, поскольку согласование заказчиком деталей проекта является фактически закреплением обязательств всех сторон и участников проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по разработке и защите паспорта проекта, выполняемые в рамках **практического занятия**[9]:

Шаг 1. Определение общих целей. Обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.

Шаг 2. Выработка описания проекта. Обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах. Здесь должно быть указано, что планируется сделать, как это будет осуществлено и какие ресурсы и инструменты будут использованы.

(Шаг 3. Определение задач и плана работы – выполняется в рамках самостоятельной работы)

(Шаг 4. Оценка необходимых ресурсов – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Шаг 5. Защита паспорта проекта. Паспорт проекта требуется защитить путем презентации его представителям партнерской организации, сообщества, заинтересованного в реализации проекта, наставнику проекта и другим заинтересованным сторонам. На защите требуется описать основные аспекты проекта, продемонстрировать содержательную согласованность документа, рассказать о значимости проекта, его потенциальных результатах и о том, как планируется достижение целей.

Защита паспорта проекта позволяет команде проекта представить свое видение и план действий, получить обратную связь и рекомендации. Защита паспорта проекта также обеспечивает понимание и поддержку со стороны заинтересованных сторон и помогает обеспечить успешное выполнение проекта.

Рекомендуется паспорт проекта, который был защищен, размещать на платформу ДОБРО.РФ:

1. На сайте выбрать себе кейс и связаться с партнерской организацией.
2. На платформе завести проект по решению кейса, для этого нужно:

- завести аккаунт образовательной организации если еще нет на ДОБРО.РФ, став организатором (dobro.ru/kb/category/16);
- создать проект от имени образовательной организации, проект по решению кейса (dobro.ru/kb/article/41);
- создать мероприятие («Доброе дело»), чтобы зарегистрировать студентов, которые войдут в команду проекта (dobro.ru/kb/article/25);
- связать мероприятие с проектом (dobro.ru/kb/article/79);
- студентам разослать ссылку на регистрацию на мероприятие «Доброе дело» и одобрить заявки тех, кто попадет в команду и после проставить им часы (dobro.ru/kb/article/11).

Также рекомендуется посмотреть отдельный записанный вебинар по работе с платформой — dobro.ru/kb/article/139.

РАЗДЕЛ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОЕКТА

Тема занятия: Разработка и защита паспорта проекта

[9] Шаги 1-2 осуществляются студентами заочной формы обучения в рамках самостоятельной работы

Формы практических заданий: практикум по решению задач

Проектные команды студентов разрабатывают и реализуют конкретное решение проблемы, с которой они работают. В этот период обучающиеся используют свои навыки, знания и опыт, полученные в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и позитивных изменений в обществе.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по реализации общественного проекта в рамках **практических занятий**:

Шаг 1. Прототипирование. На этапе прототипирования команда создает прототип или модель продукта или решения. Прототип может быть физическим, виртуальным или концептуальным, он служит для тестирования функциональности, оценки эргономики и сбора обратной связи. Усовершенствование прототипа происходит на основе полученных результатов, и он служит основой для создания финального продукта.

(Шаг 2. Разработка и реализация – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Тема занятия: Тестирование, оценка и улучшение продукта
Формы практических заданий: практикум по решению задач

Получив по результатам реализации проекта продукт, проектные команды студентов тестируют и оценивают качество продукта и достижение целевых показателей проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по тестированию и улучшению продукта в рамках **практических занятий**:

(Шаг 1. Тестирование и улучшение – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Шаг 2. Оценка. После завершения разработки команда оценивает полученный результат и сравнивает его с изначальными целями проекта. Обосновывается эффективность и значимость продукта или решения, а также фиксируется вся необходимая документация для последующего использования.

Команда также должна оценить эффективность продукта или решения на основе обратной связи от заинтересованных сторон. Участники проекта исправляют ошибки, если они есть, и вносят улучшения, чтобы максимизировать пользу и эффективность продукта или решения.

РАЗДЕЛ 4. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И РЕФЛЕКСИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОДГОТОВКА ОТЧЁТА

Тема занятия: Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь
Формы практических заданий: практикум по решению задач

На данном этапе проектные команды студентов подводят итоги реализации общественного проекта обучения служением, что позволяет оценить выполненную работу, отрефлексировать опыт, поделиться результатами, получить обратную связь от заказчиков и заинтересованных сторон. Фактически этот этап является «предзащитой» проекта, которая происходит в ходе промежуточной аттестации.

Основные практические шаги по подведению итогов и рефлексии деятельности:

1. Анализ выполненных целей. Обучающиеся должны оценить, насколько успешно достигнуты поставленные цели проекта; рассмотреть, какие результаты были достигнуты и соотнести их с начальными целями.

2. Оценка достигнутых результатов. Обучающиеся должны проанализировать достигнутые результаты и определить их значимость для целевой аудитории; разобраться в основных изменениях или преимуществах, которые проект принес сообществу.

3. Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта. Обучающиеся должны проанализировать проект и свой опыт в рамках обучения служением; рассмотреть, что обучающиеся узнали о себе, своих навыках, проблемах, с которыми столкнулись, и какие уроки они извлекли из выполненной работы.

4. Оценка собственного вклада. Обучающиеся должны оценить свой собственный вклад в проект и взаимодействие с командой и целевой аудиторией; рассмотреть, какие навыки или качества они развили, на какие проблемы обратили внимание, и как работа сказалась на результатах проекта.

5. Обратная связь и рекомендации. Обучающиеся должны подготовить рекомендации для будущих участников проекта, основанные на полученном опыте, обсудить, что можно улучшить, какие советы можно предложить для достижения лучших результатов в будущем.

Дискуссия происходит в рамках рефлексивной практики в группах.

Темы для дискуссии

1. Что дало участие реализации проекта (этапа проекта)?
2. Какие новые знания, навыки получены в ходе проекта
3. Значение приобретенного практического опыта для профессионального и личностного развития
4. Связь практического опыта проектной деятельности с обучением в РСГУ, насколько он необходим в образовательном процессе
5. Собственное влияние на партнёров (одногруппников, членов проектной команды, наставника, заказчика, заинтересованные стороны) и наоборот.
6. Влияние результатов проекта на сообщество благополучателей, какие социальные изменения произошли, происходят и произойдут в сообществе
7. Трудности в ходе реализации проекта, каким образом преодолевались эти трудности.
8. Применение полученных знаний и опыта в будущих проектах, возможность передачи опыта участникам проектов в будущем

Тема занятия: Подготовка отчёта по итогам реализации проекта
Формы практических заданий: практикум по решению задач

После подведения итогов необходимо составить отчет по проекту.

Подготовка отчёта состоит из практических шагов, выполняемых в рамках практического занятия и самостоятельной работы. В рамках **практического занятия** выполняются:

(Шаг 1. Введение. – выполняется в рамках самостоятельной работы)

(Шаг 2. Описание проекта – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Шаг 3. Результаты и достижения. Отчет о достигнутых результатах, связанных с поставленными целями проекта. Сюда необходимо включить конкретные численные и качественные данные, примеры или иллюстрации, чтобы визуально продемонстрировать результаты.

Шаг 4. Анализ и оценка. Рефлексия над выполненной работой, оценка значимости проекта и его результатов, анализ успешных стратегий и проблемных ситуаций.

Шаг 5. Уроки и рекомендации. Извлечение уроков из проекта и рекомендации для возможных будущих участников. Обсуждение того, что можно улучшить и какие рекомендации дать для успешной реализации подобных проектов.

(Шаг 6. Заключение – выполняется в рамках самостоятельной работы.

Составление отчета поможет обучающимся усвоить и оценить свою работу, а также поделиться результатами и опытом с другими. Отчет также служит как ориентир и руководство для будущих участников проектов обучения служением. Отчёт представляется экспертам, наставнику и социальному заказчику для оценки на защите результатов проекта в рамках промежуточной аттестации).

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Раздел 1. Введение в социальное проектирование	-
Раздел 2. Постановка проблемы и разработка проекта	Подготовка проекта
Раздел 3. Реализация общественного проекта	Подготовка проекта
Раздел 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта	Подготовка проекта

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к разделу 2

Тема 2.1. Анализ ситуации и постановка проблемы

Данный этап проекта является первым практическим шагом, который помогает студентам полноценно понять сложившуюся общественную ситуацию и определить главную проблему, с которой они будут работать в рамках проекта.

На этом этапе студентам предстоит провести исследование, проанализировать данные и взаимодействовать с заинтересованными сторонами для полного понимания ситуации.

Кроме того, на начальном этапе происходит формирование проектной команды студентов, распределяются роли и задачи, происходят начальные фазы формирования команды: создание, бурление и нормирование.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги раздела «Анализ ситуации и постановка проблемы» в проекте обучения служением, выполняемые в рамках **самостоятельной работы:**

Шаг 1. Изучение контекста. На этом этапе обучающиеся должны понять и оценить широкий контекст, в котором существует проблема, с которой они будут работать. Это включает изучение социальных, экономических, политических, экологических и других аспектов. Обучающиеся могут проводить исследование источников информации, а также посещать территории или организации, связанные с проблемой.

(Шаг 2. Идентификация проблемы - проводится в рамках практического занятия к теме 2.1)

Шаг 3. Сбор данных и анализ. На этом шаге обучающиеся собирают необходимые данные, чтобы лучше понять проблему. Они могут использовать разнообразные методы исследования, такие как опросы, интервью, наблюдения или анализ статистических данных. Анализ данных поможет студентам получить более глубокое понимание проблемы, выявить ее причины, идентифицировать основные заинтересованные стороны и потенциальные решения.

Шаг 4. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Обучающиеся проводят взаимодействие и беседы с заинтересованными сторонами, такими как представители сообществ, организаций или групп, на которых влияет проблема. Это помогает им получить разные точки зрения, понять потребности и предпочтения заинтересованных сторон.

Шаг 5[10]. Постановка проблемы. После анализа и исследования обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и быть связанной с конкретными субъектами. Это помогает студентам сфокусироваться и ориентироваться на поиск решения в ходе своей работы.

Анализ ситуации и постановка проблемы важны для определения направления и разработки стратегии действий в рамках обучения служением. Подробное понимание контекста и основной проблемы помогает студентам сосредоточиться на создании эффективных и релевантных решений в дальнейшем.

Тема 2.2. Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка

На данном этапе проекта обучающиеся разрабатывают гипотезу или предположение о том, какое решение может быть наиболее эффективным для решения проблемы, поставленной на предыдущем этапе, и затем проверяют свое предположение на практике.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги раздела «Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка» в проекте обучения служением, выполняемые в рамках **самостоятельной работы:**

(Шаг 1. Создание гипотезы – выполняется в рамках практического занятия к теме 2.2).

Шаг 2[11]. Планирование эксперимента. Здесь обучающиеся разрабатывают план эксперимента, который поможет проверить их гипотезу на практике. Они определяют, какие шаги, ресурсы и меры понадобятся для реализации плана и получения данных, которые помогут оценить эффективность предполагаемого решения.

Шаг 3. Реализация и оценка. Приступая к реализации плана эксперимента и тестированию гипотезы на практике, обучающиеся собирают данные, оценивают результаты и проводят анализ эффективности предложенного решения, сравнивают полученные результаты с гипотезами и оценивают, насколько успешным оказалось решение.

Шаг 4[12]. Анализ и заключение. Обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги. При необходимости, уточняют гипотезу или возвращаются к этапу разработки гипотезы.

Этот этап помогает студентам проверить и подтвердить свою гипотезу на практике и оценить, насколько успешно и эффективно они могут справиться с решением проблемы. Этот этап также является возможностью для обучения на опыте и корректировки своего подхода на основе полученных данных и результатов.

---

[10] Реализуется только для заочной формы. Для очной, очно-заочной форм – в рамках практического занятия к теме 2.1

[11] Реализуется только для заочной формы. Для очной, очно-заочной форм – в рамках практического занятия к теме 2.2

[12] Реализуется только для заочной формы. Для очной, очно-заочной форм – в рамках практического занятия к теме 2.2

Тема 2.3. Разработка и защита паспорта проекта

Обучающиеся на данном этапе совместно создают документ, который содержит ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, ресурсах и планируемых результатах. Процесс разработки паспорта проекта и его последующей защиты является важным шагом для обеспечения ясного понимания проекта как у самой команды, так и у заинтересованных сторон.

Создание паспорта проекта и его защита являются финализацией этапа формирования замысла проекта. Прохождение этого этапа является условием для успешной реализации проекта, поскольку согласование заказчиком деталей проекта является фактически закреплением обязательств всех сторон и участников проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по разработке и защите паспорта проекта, выполняемые в рамках **самостоятельной работы[13]:**:

Шаг 1. Определение общих целей. Обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.

Шаг 2. Выработка описания проекта. Обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах. Здесь должно быть указано, что планируется сделать, как это будет осуществлено и какие ресурсы и инструменты будут использованы.

Шаг 3. Определение задач и плана работы. Обучающиеся определяют необходимые задачи, которые необходимо выполнить в рамках проекта. Разрабатывают план работ, который включает этапы, сроки, ответственных лиц, ресурсы и ожидаемые результаты.

Шаг 4. Оценка необходимых ресурсов. Обучающиеся определяют ресурсы, необходимые для реализации проекта, включая человеческие ресурсы, финансовые средства, оборудование, материалы и другие ресурсы.

(Шаг 5. Защита паспорта проекта – осуществляется в рамках практического занятия по итогам выполнения шагов 1-4).

Задания для самостоятельной работы к разделу 3

Тема 3.1. Прототипирование результата (продукта), разработка и реализация проектного решения

Проектные команды студентов разрабатывают и реализуют конкретное решение проблемы, с которой они работают. В этот период обучающиеся используют свои навыки, знания и опыт, полученные в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и позитивных изменений в обществе.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по реализации общественного проекта в рамках **самостоятельной работы**

(Шаг 1. Прототипирование – выполняется в рамках практического занятия к теме 3.1)

Шаг 2. Разработка и реализация. На этой стадии команда приступает к разработке и реализации решения или продукта. Разработка может включать программирование, дизайн, создание материалов или любые другие действия, необходимые для создания конечного продукта. Команда выполняет свои задачи, собирает данные и обеспечивает координацию для качественной реализации решения.

[13] Шаги 1-2 выполняются самостоятельно только студентами заочной формы обучения. Для очной и очно-заочной форм – выполняются в аудиторном формате в рамках практического занятия к теме 2.3

Тема 3.2. Тестирование, оценка и улучшение продукта

Получив по результатам реализации проекта продукт, проектные команды студентов тестируют и оценивают качество продукта и достижение целевых показателей проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по тестированию и улучшению продукта в рамках **самостоятельной работы**:

Шаг1. Тестирование и улучшение. Созданный продукт или решение подвергаются тестированию. Это позволяет команде проверить функциональность, эффективность и соответствие гипотезе, которая была выдвинута на предыдущих этапах. Обнаруженные недочеты или проблемы решаются, а продукт или решение улучшаются в соответствии с полученной обратной связью.

(Шаг 2. Оценка – осуществляется в рамках практического занятия к теме 3.2)

Задания для самостоятельной работы к разделу 4

Теме 4.2. Подготовка отчёта по итогам реализации проекта

После подведения итогов реализации проекта командам студентов необходимо составить отчет по проекту.

Подготовка отчёта состоит из практических шагов, выполняемых в рамках практического занятия (шаги 3-5) и самостоятельной работы (шаги 1-2, 6). В рамках **самостоятельной работы** выполняются:

Шаг 1. Введение. Вводная часть, в которой резюмируются цели проекта и его контекст.

Шаг 2. Описание проекта. Подробное описание проекта, включая его цели, задачи, методы работы и изменения, предпринятые в ходе реализации.

(Шаг 3. Результаты и достижения – выполняется в рамках практического занятия к теме 4.2)

(Шаг 4. Анализ и оценка – выполняется в рамках практического занятия к теме 4.2)

(Шаг 5. Уроки и рекомендации – выполняется в рамках практического занятия к теме 4.2)

Шаг 6. Заключение. Заключительные мысли и благодарности участникам, и организациям, вовлеченным в проект.

Составление отчета поможет обучающимся усвоить и оценить свою работу, а также поделиться результатами и опытом с другими. Отчет также служит как ориентир и руководство для будущих участников проектов обучения служением.