



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ Романов И.В.

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Теория и практика рекламы

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика рекламы» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

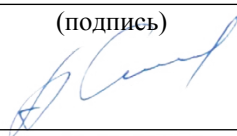


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано



И.Г. Маляр

Научная библиотека, директор

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	8
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	9
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	14
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	14
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	14
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	16
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	19
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	19
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	20
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	21
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	22
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	23
5.6 Образовательные технологии.....	24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	25

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о сущности рекламы как социального процесса и бизнес-процесса с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах рекламы
2. овладение навыками практического использования технологий рекламы;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях рекламы;
4. приобретение навыков внедрения современных стандартов рекламу в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Теория и практика рекламы» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «История рекламы», «Копирайтинг»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Организация и проведение специальных событий»

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
Продвижение социально	ПК-2	Способен строить свою	ПК2.1 Знать: суть принципов	Знать специфику разных

значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта		профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	типов ценностей Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт в части продвижения социальных ценностей Владеть Технологиями авторской деятельности в области создания коммуникационного продукта
---	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 2 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40
Учебные занятия лекционного типа	16
Практические занятия	24
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68
Контроль промежуточной аттестации (час)	36
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В	144

ЧАСАХ	
-------	--

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	6	6			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	128	128			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	Зачет			
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 работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы рекламы	27	17	10	4	6
Раздел 2. Механизмы рекламы	27	17	10	4	6
Раздел 3.	27	17	10	4	6

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Планирование рекламы					
Раздел 4. Технологии современной рекламы	27	17	10	4	6
Контроль промежуточной аттестации (час)	36				
Общий объем, часов	144	68	40	16	24
Форма промежуточной аттестации	Экзамен				

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы рекламы	36	32	4	4	0
Раздел 2. Механизмы рекламы	36	32	4	2	2

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 3. Планирование рекламы	36	32	4	2	2
Раздел 4. Технологии современной рекламы	36	32	4	2	2
Общий объем, часов	144	128	16	10	6
Форма промежуточной аттестации	экзамен				

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине **Очной формы обучения**

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	-------	---

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Осенний семестр							
Раздел 1. Теоретические основы рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 3. Планирование рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 4. Технологии современной рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	104	48		48		8	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	-------	---

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Осенний семестр							
Раздел 1. Теоретические основы рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 3. Планирование рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 4. Технологии современной рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	128	60		60		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы рекламы

Цель: формирование системы знаний о теоретико-методологической сущности рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение рекламы. Рекламодатель. Понятие товара или объекта рекламирования. Сущность рекламы как социального процесса. Сущность рекламы как бизнес-процесса. Философия и социология рекламы.

Вопросы для самоподготовки:

1. ФЗ «О рекламе» об основных понятиях рекламы. Что не является рекламой, что ограничено к рекламированию.

РАЗДЕЛ 2.. Механизмы рекламы

Цель: формирование понятия о процессе планирования, осуществления рекламных мероприятий, анализе эффективности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Психологические механизмы воздействия рекламы. Социальные механизмы рекламы. Креативные технологии в рекламе.

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по рекламе на сайте sostav.ru: какие механизмы рекламы работают здесь?

РАЗДЕЛ 3. Планирование рекламы

Цель: ознакомить с основами деятельности по планированию рекламных процессов

Перечень изучаемых элементов содержания.

Виды планирования. Глубина планирования. Анализ внешней среды. Диаграмма Ганта. Оценка результатов и отчетность.

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по рекламе на сайте sostav.ru: какие уровни планирования были задействованы?

РАЗДЕЛ 4. Технологии современной рекламы

Цель: познакомить с особенностями основных технологий современной рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания.

Реклама в сети Интернет. Реклама в соцсетях. Реклама на ТВ. Наружная реклама. Печатная и радиореклама: технологический аспект.

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по рекламе на сайте sostav.ru: какие базовые технологии задействованы?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Проанализировать основные факторы социального влияния рекламы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Проанализировать на примерах действие базовых механизмов рекламы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Составить краткий терминологический словарь (гlossарий), включающий основные понятия, описывающие планирование рекламы (25-30 понятий)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Разработать бриф для рекламной кампании

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – эссе «Реклама в социальном пространстве: творец или разрушитель?»

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – кейс-стади (актуальные кейсы)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – кейс-стади (актуальные кейсы)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – Деловая игра «Переговоры с заказчиком» (попеременное участие в различных ролях: заказчика рекламы, рекламодателя, аккаунт-менеджера и т.п.)

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования
------------------------	---	----------------------------	---------------------------

			компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 2.3 Владеть: навыками реализации коммуникационног о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:

			<p>(9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ПК-2	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с</p>
ПК-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с</p>

		Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
--	--	---	---

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Реклама в античном обществе
2. Европейская реклама в период Средневековья
3. Реклама эпохи Возрождения
4. История рекламы в России
5. Сущность и задачи рекламы
6. Виды рекламы
7. Сущность и специфика социальной рекламы
8. Рекламный процесс и его участники
9. Реклама в системе маркетинговых концепций
10. Реклама в прессе
11. Реклама на телевидении
12. Реклама на радио
13. Наружная и транзитная реклама
14. Реклама в кинотеатрах
15. Полиграфическая реклама
16. Реклама в сети Интернет
17. Рекламные сувениры
18. Прямая почтовая реклама

19. Основы разработки рекламных обращений
20. Виды рекламной кампании и основные этапы планирования
21. Определение рекламной стратегии
22. Типы рекламных стратегий
23. Методы формирования рекламного бюджета
24. Рекламные исследования
25. Эффективность рекламы
26. Мировой рынок рекламы
27. Российский рекламный рынок
28. Международная реклама
29. Специфика восприятия рекламы в некоторых странах
30. Рекламная деятельность промышленных предприятий
31. Мерчандайзинг
32. Особенности рекламной деятельности туристических фирм
33. Реклама банковских услуг
34. Правовое регулирование рекламной деятельности в России
35. Социально-этическое регулирование рекламной деятельности в России
36. Роль рекламы в современном мире
37. Перспективы развития рекламы в России и мире
38. Характеристика рекламной деятельности как объекта управления
39. Выставки и ярмарки как средства рекламного воздействия
40. Кросскультурный анализ рекламной коммуникации

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450406>

5.1.2 Дополнительная литература

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7093-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451340>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «*Теория и практика рекламы*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 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 *«Теория и практика рекламы»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий (в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	<p>Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017</p>	<p>Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года</p>	<p>01.09.2021</p>



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Романов И.В.

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Теория и практика связей с общественностью

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

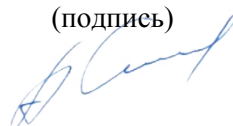


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины	5
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	8
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине	9
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	14
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	14
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	14
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	16
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	17
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	19
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины	19
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	20
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	21
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	22
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	23
5.6 Образовательные технологии	24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	25

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о сущности связей с общественностью (или пиара, паблик рилейшнз) как социального и бизнес-процесса с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах связей с общественностью
2. овладение навыками практического использования технологий связей с общественностью;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях связей с общественностью;
4. приобретение навыков внедрения современных стандартов пиара в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «История рекламы, «Копирайтинг»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Организация и проведение специальных событий»

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- ПК-2
- ПК-4
- ОПК-1
- ОПК-2

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-1	Способен участвовать в реализации	ОПК-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать

		коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ОПК-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ОПК 1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов	медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	

Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	
--	------	---	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40
Учебные занятия лекционного типа	16

Практические занятия	24
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68
Контроль промежуточной аттестации (час)	36
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	6	6			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	128	128			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	Зачет			
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 работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	27	17	10	4	6
Раздел 2. Механизмы	27	17	10	4	6

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
связей с общественностью					
Раздел 3. Планирование связей с общественностью	27	17	10	4	6
Раздел 4. Технологии современных связей с общественностью	27	17	10	4	6
Контроль промежуточной аттестации (час)	36				
Общий объем, часов	144	68	40	16	24
Форма промежуточной аттестации	Экзамен				

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	36	32	4	4	0
Раздел 2.	36	32	4	2	2

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Механизмы связей с общественностью					
Раздел 3. Планирование связей с общественностью	36	32	4	2	2
Раздел 4. Технологии современных связей с общественностью	36	32	4	2	2
Общий объем, часов	144	128	16	10	6
Форма промежуточной аттестации	экзамен				

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	-------	---

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 3. Планирование связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 4. Технологии современных связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование

			ским занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				
Общий объем по модулю/семестру, часов	104	48		48		8	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование

Раздел 3. Планирование связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 4. Технологии современных связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	128	60		60		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы связей с общественностью

Цель: формирование системы знаний о теоретико-методологической сущности рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания

Определение пиара. Реклама и пиар как интегрированные коммуникации. Понятие организации, общественности, коммуникации. Пиар как социальный и бизнес-процесс. Философия и социология пиара. Мифотворчество в пиаре

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по пиару на сайте sostav.ru: какие глубинные основы пиара работают здесь?

РАЗДЕЛ 2. Механизмы пиара

Цель: формирование понятия о процессе планирования, осуществления рекламных мероприятий, анализе эффективности в связях с общественностью.

Перечень изучаемых элементов содержания

Психологические механизмы воздействия пиара. Социальные механизмы пиара. Креативные технологии в пиаре.

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по пиару на сайте sostav.ru: какие механизмы пиара работают здесь?

РАЗДЕЛ 3. Планирование в связях с общественностью

Цель: ознакомить с основами деятельности по планированию пиар-процессов

Перечень изучаемых элементов содержания.

Виды планирования. Глубина планирования. Анализ внешней среды. Диаграмма Ганта. Оценка результатов и отчетность.

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по пиару на сайте sostav.ru: какие уровни планирования были задействованы?

РАЗДЕЛ 4. Технологии современного пиара

Цель: познакомить с особенностями основных технологий современного пиара

Перечень изучаемых элементов содержания.

Связи с общественностью (технологический аспект): в органах власти, международной политике, крупном бизнесе, шоу-бизнесе и спорте и т.п.

Вопросы для самоподготовки:

Актуальные (последние полгода) кейсы по пиару на сайте sostav.ru: какие базовые технологии задействованы?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Проанализировать основные факторы социального влияния пиара

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Проанализировать на примерах действие базовых механизмов пиара

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Составить краткий терминологический словарь (глоссарий), включающий основные понятия, описывающие планирование в пиаре (25-30 понятий)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Разработать бриф для пиар-кампании

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – эссе

«Пиар в социальном пространстве: благо или зло?»

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – кейс-стади
(актуальные кейсы) по связям с общественностью

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – кейс-стади
(актуальные кейсы)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – Деловая игра
«Переговоры с заказчиком в связях с общественностью» (попеременное участие в различных ролях: заказчика рекламы, рекламодателя, рекламораспространителя, аккаунт-менеджера и т.п.)

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ОПК-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ОПК-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ОПК 1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов	ОПК2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной	Этап формирования знаний

	<p>для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>информации ОПК2.2. Ассистирует при разработке и осуществлении коммуникационных действий ОПК-2.3 Владеет навыком разработки и осуществления коммуникационных действий</p>	<p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ПК-2	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ПК-4	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере</p>	<p>Этап формирования знаний</p>

		коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
--	--	---	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2, ПК-4, ОПК-1, ОПК-2	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности,

			<p>недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ПК-2, ПК-4, ОПК-1, ОПК-2	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
ПК-2, ПК-4, ОПК-1, ОПК-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Предпосылки возникновения связей с общественностью.
2. Коммуникативные особенности СО.
3. Структурные элементы связей с общественностью.
4. Цели связей с общественностью. Задачи СО.
5. Функции СО.
6. Основные этапы становления и развития СО.
7. Особенности вербальных коммуникаций в СО.
8. Формы PR-деятельности.
9. Специальные PR-мероприятия, как форма взаимодействия с общественностью.
10. Виды PR-мероприятий и их характеристики.
11. Цели и задачи внешнего PR.
12. Процесс PR-воздействия. Специфика процесса.
13. Управление PR-процессом. Постановка цели и планирование в СО.
14. Управление PR-процессом. Контроль и оценка эффективности деятельности.
15. Основные законодательные акты, регулирующие СО.
16. Специфика саморегулирования в СО. Основные документы саморегулирования.
17. Сущность Афинского кодекса.
18. Цели и задачи внутрифирменных коммуникаций.
19. Виды внутрифирменных PR-коммуникаций. Достоинства и недостатки.
20. Аудитории внутрикорпоративного PR. Характеристики аудиторий.
21. Корпоративная культура. Роль PR в формировании корпоративной культуры.
22. Внешний PR. Основные группы общественности.
23. Характеристики групп общественности и их особенности.
24. Пресс-служба. Структура пресс-службы.
25. Структура типового PR-агентства.
26. Профессиональные требования к специалисту в сфере связей с общественностью.
27. Специфика связей с общественностью в коммерческих структурах.
28. Специфика связей с общественностью в некоммерческих структурах.
29. Правила взаимодействия со СМИ.
30. Функции специалиста по СО во взаимодействии со СМИ.
31. Основные формы взаимодействия со СМИ, их достоинства и недостатки.
32. Брифинг, как форма взаимодействия со СМИ.
33. Пресс-конференция, как форма взаимодействия со СМИ.
34. Пресс-релиз, как инструмент взаимодействия со СМИ.
35. Особенности подготовки пресс-релиза.
36. Особенности использования аудио-визуальных средств в связях с общественностью.
37. Понятие информационного повода. Использование информационных поводов в PR.
38. Кризисные коммуникации. Цели и задачи кризисного PR.
39. РАСО. Основные функции организации.
40. Кодекс РАСО. Общие профессиональные принципы специалиста по СО в России.
41. Специфика рынка PR в России.
42. Основные участники рынка PR в России.
43. Основные тенденции развития PR в России.

44. Роль выставочных мероприятий в СО.
45. Характеристика международного рынка PR.
46. Основные тенденции развития PR за рубежом.
47. Современные направления развития СО: международная практика
48. Финансовый PR и его содержание
49. GR.
50. Медиапланирование в СО.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450027>

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455249>

5.1.2 Дополнительная литература

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, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453280>

Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04540-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450085>

Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454893>

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных	http://uraid.ru/ 100% доступ

		версий книг.	
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «Теория и практика связей с общественностью» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор

конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	<p>Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017</p>	<p>Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года</p>	<p>01.09.20 21</p>



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
коммуникативного менеджмента

 И.В. Романов

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегический маркетинг

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «*Стратегический маркетинг*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы



(подпись)

И.О. Фамилия
М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание



И.О.Фамилия

к.псих.н.

(подпись)

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг груп

(подпись)

И.Е. Ниесов

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

Консалтинговая группа «Орта»,

Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О. Фамилия
И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине.....	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.6. Образовательные технологии.....	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах маркетинга, в том числе маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать основные средства, принципы и методы маркетинга.
2. Сформировать представление о процессе и системе управления маркетингом.
3. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
4. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами.
5. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
6. Уметь разрабатывать комплекс маркетинга для потребительских товаров.
7. Приобрести первичные навыки разработки условий маркетинговых мероприятий в области личной продажи, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «*Стратегический маркетинг*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Маркетинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;

- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной

профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Стратегический маркетинг», изучаемой при очной форме обучения в 4 семестре, при заочной форме обучения - в 2, 3 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40				
Учебные занятия лекционного типа	16	16				
Практические занятия	24	24				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68				
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144				

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего	Семестры
--------------------	-------	----------

	часов	2	3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	12	4			
Учебные занятия лекционного типа	8	6	2			
Практические занятия	8	6	2			
Лабораторные занятия	0	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	119	96	23			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9		экзамен 9			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	108	36			

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 3							
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда	27	17	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	27	17	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	27	17	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Маркетинговые коммуникации	27	17	10	4	6	0	0
Тема 4.1.							

Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	144	68	40	16	24	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	68	40	16	24	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 2							
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	36	32	4	2	2	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	96	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации							
Семестр 3							
Раздел 4.	27	23	4	2	2	0	0
Тема 4.1.							

Тема 4.2.								
Контроль промежуточной аттестации (час)	9							
Общий объем, часов	36	23	4	2	2	0	0	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	119	16	8	8	0	0	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 3							
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Маркетинговые коммуникации	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение	8	Творческое задание	2	Компьютерное тестирование

			раздела в ЭИОС				
Общий объем по семестру, часов	68	28		32		8	
Общий объем по дисциплине, часов	68	28		32		8	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 2							
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Общий объем по семестру, часов	96	45		45		6	
Семестр 3							
Раздел 4. Маркетинговые коммуникации	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению

			раздела в ЭИОС				преподавателя
Общий объем по семестру, часов	23	10		11		2	
Общий объем по дисциплине, часов	119	55		56		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГА. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА

РАЗДЕЛ 3. ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Стратегический маркетинг» является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.	Этап формирования знаний
		Уметь: применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных	Этап формирования навыков и получения опыта

		типах СМИ и других медиа.	
--	--	---------------------------	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>

ПК-2	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9] баллов;</p>
ПК-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

1. Определение маркетинга и его роли в современном обществе.

2. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.

3. Цели системы маркетинга.

4. Этапы процесса управления маркетингом.

5. Выявление новых рынков с помощью сетки развития товара и рынка
6. Позиционирование товара на рынке
7. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
8. Система маркетинговой информации.
9. Этапы проведения маркетингового исследования.
10. Выбор целей маркетингового исследования.
11. Способы сбора первичных данных.
12. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
13. Четыре основных типа конкурентов.
14. Разновидности контактных аудиторий фирмы.
15. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
16. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
17. Бизнес в интернете: B2C, B2B, C2C, C2B,
18. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
19. Процесс покупки: стадии принятия решения о покупке.
20. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.
21. Выбор целевых сегментов рынка
22. Этапы коммуникативного процесса в системе маркетинга
23. Реклама в системе маркетинга
24. Стимулирование сбыта в системе маркетинга
25. Связи с общественностью (PR) в системе маркетинга
26. Прямой маркетинг.
27. Деловой и потребительский рынки.
28. Факторы, влияющие на бизнес-покупателей.
29. Стадии процесса производственных закупок.

30. Виды маркетинговых коммуникаций.
- 31 Модели маркетинговых коммуникаций
- 32 Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций профессора Шевченко Д.А.
- 33 Маркетинг в России: история, современное состояние
- 34 Перспективные направления развития цифрового маркетинга

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 17.11.2021).
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478126> (дата обращения: 17.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. М.: Юрайт, 2019. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425174>.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426253> (дата обращения: 17.11.2021). Голубкова Е.Н.

Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум для академического бакалавриата 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>.

3. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 521 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450105>.
4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844> (дата обращения: 17.11.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

NN	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
2	Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
3	Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
4	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке	http://window.edu.ru/library 100% доступ

		для общего и профессионального образования	
5	Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7

2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

3.Справочно-правовая система Консультант+

4.Acrobat Reader DC

5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
----	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «*Стратегический маркетинг*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные, расчетно-графические и творческие задания, деловые игры, исследовательские и организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Стратегический маркетинг*» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В. Романов
27 мая 2021.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Видео-реклама
Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
очная, заочная

Москва 2021

Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа практики разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент

М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа практики обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.п.с.н., доцент

И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа практики рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»
Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA CommunicationsGroup
Генеральный директор

(подпись)

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа практики рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор
Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент
Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности создания видео-рекламы с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «*Видео-реклама*»;
2. овладение навыками практического создания видеорекламного продукта (ВВРП) в различных сферах.
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях ВРП в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения эффективной деятельности по созданию ВРП в практику деятельности компании, прежде всего в маркетинговом аспекте.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Видео-реклама*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Видео-реклама*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- «*Маркетинговые исследования*», «*Технологии брендинга*», «*Активные продажи*».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

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

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
ПК-3	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: проблемы управления рисками</p> <p>Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных мероприятий</p> <p>Владеть: процессом управления мероприятием, включая (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческой, технической, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический</p>

ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности Уметь: использовать в практике совокупности принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

АЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	Экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4		
Практические занятия	8	4	4		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					

Самостоятельная работа обучающихся, всего	119	64	55		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9		Экзамен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	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					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Модуль 1 (семестр 4)								
Раздел 1. Видео-реклама как универсальная дисциплина	27	17	10	4	6			
Раздел 2. Виды ВРП с технологической точки зрения	27	17	10	4	6			
Раздел 3. Этапы создания ВРП	27	17	10	4	6			
Раздел 4. Аналитика, отчетность и метрики эффективности	27	17	10	4	6			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36							
Общий объем, часов	144	68	40	16	24			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Модуль 1 (семестр 4)								
Раздел 1. Видеореклама как универсальная дисциплина	36	32	4	4	0			
Раздел 2. Виды ВРП с технологической точки зрения	36	32	4	2	2			
Форма промежуточной аттестации								
Модуль 2 (семестр 5)								
Раздел 3. Этапы создания ВРП	9							
Раздел 4. Аналитика, отчетность и метрики эффективности	72	55	8	4	4			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	119	16	8	8			

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практических заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1 (семестр 5)							
Раздел 1. Видео-реклама как универсальная дисциплина	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Виды ВРП с технологической точки зрения	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 3. Этапы создания ВРП	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 4. Аналитика, отчетность и метрики эффективности	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	68	28		32		8	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практических заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1 (семестр 4)							
Раздел 1. Видео-реклама как универсальная дисциплина	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Виды ВРП с технологической точки зрения	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 4. Аналитика, отчетность и метрики эффективности							
Раздел 3. Этапы создания ВРП	27	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 4. Аналитика, отчетность и метрики эффективности	28	13	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Введение в Видео-реклама (Раздел 1.1 для з.о)

Цель: формирование системы знаний об Видео-рекламе как маркетинговом инструменте

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие Видео-реклама. Место и значение курса в системе подготовки специалиста по маркетингу. Актуальность и привлекательность использования интернет в качестве инструмента маркетинга. Место Видео-реклама в деятельности компании. Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Комплексный Видео-реклама. Мировые тенденции развития Видео-реклама и особенности его развития в русскоязычной части сети.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите три вида Технологии создания рекламного продукта
2. Назовите пять компетенций специалиста в сфере Видео-рекламы
3. Назовите основные принципы этической Технологии создания рекламного продукта

РАЗДЕЛ 2. Виды ВРП с технологической точки зрения (Раздел 1.2 для 3.0)

Цель: формирование знаний о структуре ВРП с технологической точки зрения

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы виды ВРП с технологической точки зрения?
2. ВРП в наружной рекламе
3. ВРП в теле и видео рекламе
4. ВРП в Интернет-рекламе
5. Какие инструменты используются для аналитики ВРП?

РАЗДЕЛ 3. Этапы создания ВРП

Цель: формирование знаний о структуре технологического процесса по созданию ВРП

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы этапы создания ВРП? В чем их принципиальная разница?
2. Базовые ошибки в создании ВРП на каждом этапе
3. Когда ВРП можно считать созданным?
4. Особенности запуска ВРП в различных сферах

РАЗДЕЛ 4. Аналитика, отчетность и метрики эффективности (Раздел 2.2 для 3.0)

Цель: формирование системы знаний о аналитике в сфере ВРП с возможностью их дальнейшего использования в Технологии создания рекламного продукта

Вопросы для самоподготовки:

5. Как проводить тестирование на каждом этапе создания ВРП?
6. Что такое эффективность в плане создания ВРП?
7. Аудиторное тестирование ВРП
8. Семантическое тестирование ВРП

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛАМ 1-4 – эссе, в ходе написания которого студент актуализирует полученные знания на заданном объекте или сфере создания ВРП

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 14: форма рубежного контроля – Контрольная работа. В течение контрольной работы студент должен будет использовать знания, полученные в курсе «Видео-реклама», для решения задач и проблем маркетинговой деятельности компании. Для получения положительной оценки за контрольную работу студент должен демонстрировать навыки аналитической работы с литературой, способность провести самостоятельное исследование, сделать выводы на основе сведений, полученных из источников и научной литературы. Обязательным требованием к письменным работам (в том числе презентациям) является грамотность оформления и наличие научно-справочного аппарата.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа

ПК-3	<p>способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: проблемы управления рисками Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический</p>
ПК-4	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и коВРПоративной социальной ответственности</p>
ПК-5	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и</p>

		ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	(или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
--	--	--	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
------------------------	---------------------------------------	--	------------------------------------

ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
---------------------------	---------------------------	---	---

ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9] баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9] баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Видео-реклама в системе маркетинговых коммуникаций

2. Комплекс Видео-рекламы в системе маркетинга
3. Особенности и преимущества эффективного использования Технологии создания рекламного продуктаа Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.
4. Форма, содержание и структура рекламного обращения.
5. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза.
6. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.
7. Эффективность рекламного продукта и имидж компании.
8. Композиция рекламного сообщения.
9. Принципы создания рекламного текста.
10. Рекламная аргументация.
11. Приемы повышения читаемости рекламного текста
12. Язык печатной рекламы. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе.
13. Семиотические модели в рекламе. Вербальная, графическая и звуковая нтертекстуальность.
14. Семиотический анализ рекламного продукта.
15. Основные критерии при создании эффективного рекламного продукта.
16. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
17. Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы, формирование творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).

18. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды ("жесткая" и "мягкая" продажа, "лекция" и "драма"); нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения; юмор и активизация позитивных эмоций у потребителя.
19. Рекламные формулы: прямое обращение, демонстрация, сравнение товаров, свидетельство рекламных персонажей.
20. Генезис устных жанров рекламы.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Видео-реклама : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 10.12.2020).

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517> (дата обращения: 10.12.2020).

5.1.2. Дополнительная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. КаВРПова [и др.] ; под общей редакцией С. В. КаВРПовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376> (дата обращения: 10.12.2020).

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017> (дата обращения: 10.12.2020).

Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450585> (дата обращения: 10.12.2020).

Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 10.12.2020).

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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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	http://e.lanbook.com/ 100% доступ

		гуманитарным наукам.	
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Видео-реклама» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы

данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины «*Видео-реклама*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* 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 «*Видео-реклама*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «*Видео-реклама*» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «*Видео-реклама*» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «*Видео-реклама*» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «*Видео-реклама*» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



Министерство науки и
высшего образования Российской
Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение

высшего образования

«Российский государственный
социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета коммуникативного
менеджмента

/Романов И.В.

«28 мая 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ**

Наименование образовательной программы
Реклама и связи с общественностью

Направленность программы:
Современные социальные коммуникации

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Уровень образования
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ - УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА

Наименование квалификации
БАКАЛАВР

Очная форма обучения, заочная форма обучения

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Организация и проведение специальных событий» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от «27» мая 2021 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

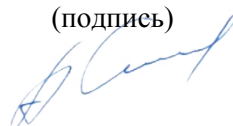


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание учебной дисциплины.....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине.....	12
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	20
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	23
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	25
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	29
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	29
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	30
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	31
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	32
9.1. Информационные технологии.....	33
9.2. Программное обеспечение (при необходимости).....	34
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости).....	34
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	35
11. Образовательные технологии.....	36
12. Лист регистрации изменений.....	37

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических профессиональных навыков по организации мероприятий, разработки, реализации и оценки эффективности мероприятий в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

Задачи учебной дисциплины:

1. формирование понятий о роли и специфике специальных мероприятий в интегрированных **коммуникациях организаций**, значении в технологическом процесс современных рекламы и связей с общественностью;
2. развить у студентов базовые навыки менеджмента деятельности по организации мероприятий (планирования, бюджетирования, оценки эффективности);
3. познакомить обучающихся с разнообразием форм мероприятий и раскрыть особенности их подготовки;
4. формирование умений применять полученные знания в практической деятельности, решать практические задачи согласно алгоритму коммуникационной кампании в коммерческой и некоммерческой сферах при организации и реализации мероприятий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «**Организация и проведение специальных событий**» реализуется в **базовой** части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной, очно-заочной формам обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Организация и проведение специальных событий**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «*Теория и практика рекламы и связей с общественностью*», «*Введение в коммуникацию и профессиональные творческие мастерские*»,

Изучение учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «*Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере*», «*Медиарилейшнз*»

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки «**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	--	---------------------

ПК-1	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: специфику организации и медиа сопровождения мероприятий Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия Владеть: основными технологиями рекламной, выставочной, event-деятельности
ПК-2	способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать: характер процессов обеспечения качества и эффективности мероприятий Уметь: управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий Владеть: методами планирования и проведения мероприятий
ПК-3	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: проблемы управления рисками Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

	на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуально и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 9 зачетных единиц.
Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		7	8			
Аудиторные учебные занятия, всего	72	32	40			
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						

Учебные занятия лекционного типа	26	16	10			
Учебные занятия семинарского типа	46	16	30			
Лабораторные занятия	0	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	162	22	140			
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	72	8	64			
Выполнение практических заданий	72	8	64			
Рубежный текущий контроль	18	6	12			
Вид промежуточной аттестации, контроль (час)	90	экзамен 54	экзамен 36			
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	9	3	6			

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	8
Аудиторные учебные занятия, всего	36	16	20
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:	36	16	20
Учебные занятия лекционного типа	14	8	6
Учебные занятия семинарского типа	22	8	14
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа обучающихся (включая часы на промежуточную аттестацию), всего	288 (180+108)	92 (38+54)	196 (142+54)
В том числе:			
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	104	40	88
Выполнение практических заданий	130	46	96
Рубежный текущий контроль	18	6	12
Вид промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)		экзамен	экзамен
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	9	3	6

3. Содержание учебной дисциплины

3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет - 324 часа.

Объем самостоятельной работы, включая часы на контроль – 252 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия
Модуль 1 (семестр 7)						
Раздел 1.1 Понятие «событие»	36	26	10	6	4	0
Раздел 1.2 Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно-правовая база проведения мероприятий	36	24	12	6	6	0
Раздел 1.3 Типология мероприятий	36	26	10	4	6	0
Общий объем, часов	108	76	32	16	16	0
Форма промежуточной аттестации	экзамен					
Модуль 2 (семестр 8)						
Раздел 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	36	30	6	2	4	0
Раздел 2.2 Управление мероприятием	36	30	6	2	4	0
Раздел 2.3 Логистика мероприятия	36	30	6	2	4	0
Раздел 2.4 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	36	28	8	2	6	0
Раздел 2.5 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	36	28	8	2	6	0
Раздел 2.6 Освещение хода мероприятия	36	30	6	0	6	0
Общий объем, часов	216	176	40	10	30	0
Форма промежуточной аттестации	экзамен					

* 1 раздел дисциплины = 36 академическим часам = 1 зачетной единице

3.2. Учебно-тематический план по заочной форме обучения

Объем учебных занятий составляет - 324 часа.

Объем самостоятельной работы, включая часы на контроль – 288 часа.

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия
1	2	3	4	5	6	7	8
Организация событий в сфере рекламы и PR, 7 семестр							
1.	Раздел 1. Понятие и типология рекламного мероприятия	36	32	4	4		
2.	Тема 1.1 Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно-правовая база проведения мероприятий	18	16	2	2		
3.	Тема 1.2. Типология мероприятий	18	16	2	2		
4.	Раздел 2. Управление рекламными и PR мероприятиями	36	24	6	2	4	
5.	Тема 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	18	14	4	2	2	
6.	Тема 2.2. Управление мероприятием	18	16	2		2	
7.	Раздел 3. Подведение результатов рекламных и PR мероприятий	36	26	6	2	4	
8.	Тема 3.1. Логистика мероприятия	18	14	4	2	2	
9.	Тема 3.2. Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	18	16	2		2	
Общий объем, часов		108	92 (38+54)	16	8	8	
Форма промежуточной аттестации		Экзаме н	54 часа				
Медийное сопровождение событий в сфере рекламы и PR, 8 семестр							
1.	Раздел 1. Подготовка и размещение анонсов	36	34	2		2	
2.	Раздел 2. Освещение хода мероприятия	36	30	6	2	4	
3.	Раздел 3. Организация фото и видео сопровождения	36	34	2		2	
4.	Раздел 4. Итоговое размещение информации по гонке (Интернет и пишущая пресса)	36	32	4	2	2	
5.	Раздел 5. Радио трансляции гонки с акцентом на команду	36	32	4	2	2	
6.	Раздел 6. Подготовка презентаций для спонсоров, иллюстрированных брошюр, буклетов	36	34	2		2	
Общий объем, часов		216	196	20	6	14	

		(142+54)				
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	54 часа				

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.)
Модуль 1 (семестр 7)								
Раздел 1.1 Понятие «событие»	26	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Раздел 1.2 Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно-правовая база проведения мероприятий	24	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Раздел 1.3 Типология мероприятий	26	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Общий объем, часов	76	8		8		6		54

Форма промежуточной аттестации		экзамен						
Модуль 2 (семестр 8)								
Раздел 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.2 Управление мероприятием	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.3 Логистика мероприятия	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.4 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	28	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.5 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	28	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.6 Освещение хода мероприятия	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по	6

							усмотрению преподавателя	
Общий объем, часов	176	64		64		12		36
Форма промежуточной аттестации	экзамен							

заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая самостоятельная работа	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	Форма рубежного текущего контроля	
Модуль 1 (семестр 7)								
Раздел 1.1 Понятие «событие»	13	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
Раздел 1.2 Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно-правовая база проведения мероприятий	12	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
Раздел 1.3 Типология мероприятий	13	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
Общий объем, часов	38	8		8		6		

Форма промежуточной аттестации		экзамен					
Модуль 2 (семестр 8)							
Раздел 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерно е тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.2 Управление мероприятием	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерно е тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.3 Логистика мероприятия	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерно е тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.4 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	30	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерно е тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.5 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	10	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерно е тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.6 Освещение хода мероприятия	12	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерно е тестирование или иная форма рубежного контроля по

							усмотрению преподавателя
Общий объем, часов	142	64		64		12	
Форма промежуточной аттестации	экзамен						

4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»)

Модуль 1. Организация событий в сфере рекламы и PR

Цель: формирование следующих компетенций ОПК-2 (способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия), ПК-1 (способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность), ПК-2 (способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий); ПК-6 (способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность).

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Организация событий в сфере рекламы и PR

1.1. Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно-правовая база проведения мероприятий

1.2. Типология мероприятий

- 1.2.1. Классификация рекламных мероприятий в зависимости от субъекта коммуникации
- 1.2.2. Классификация по способу воздействия, по техническим параметрам, по географическому признаку и пр.
- 1.2.3. Специфика BTL- мероприятий.
- 1.2.4. Особенности event-мероприятий.

1.3. Планирование рекламных и PR мероприятий

- 1.3.1. Технологические аспекты подготовки и проведения рекламного мероприятия.
- 1.3.2. Стратегии и цели мероприятий.
- 1.3.3. Разработка концепции мероприятия.
- 1.3.4. Составление плана рекламного мероприятия.
- 1.3.5. Бюджет мероприятия.

1.4. Управление мероприятием.

1.5. Логистика мероприятия.

1.6. Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия

- 1.6.1. Определение критериев оценки рекламного мероприятия.
- 1.6.2. Безбумажные способы обработки информации.
- 1.6.3. Анализ деятельности по организации и проведению рекламного мероприятия.

Вопросы для самоподготовки:

1. Цели и задачи рекламных мероприятий.
2. Основные характеристики целевой аудитории

3. Классификация рекламных мероприятий
4. Этапы планирования рекламного мероприятия
5. Организация и проведение фестиваля
6. Организация и проведение конференции
7. Организация и проведение выставки
8. Организация и проведение btl- мероприятий
9. Организация и проведение лотереи
10. Правовое регулирование рекламных мероприятий
11. Правовое регулирование лотерей, как составной части рекламного мероприятия
12. Особенности ведения проекта
13. Управление мероприятием
14. Логистика мероприятия
15. Психологические основы выставочной деятельности

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: **проверка выполнения домашнего задания..**

Модуль 2. Медийное сопровождение событий в сфере рекламы и PR

Цель: формирование следующих компетенций ОПК-2 (способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия), **ПК-1** (способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность), **ПК-2** (способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий); **ПК-6** (способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность).

Перечень изучаемых элементов содержания

2. Медийное сопровождение событий в сфере рекламы и PR

- 2.1. Подготовка и размещение анонсов
- 2.2. Понятие “предстартовый пакет для СМИ”
- 2.3. Освещение хода мероприятия
- 2.4. Подготовка отчета каждого дня
- 2.5. Организация фото и видео сопровождения
- 2.6. Итоговое размещение информации по гонке (Интернет и пишущая пресса).
- 2.7. Радио трансляция гонки с акцентом на команду
- 2.8. Подготовка презентаций для спонсоров, иллюстрированных брошюр, буклетов

Вопросы для самоподготовки:

1. Правовое регулирование и координация выставочно-ярмарочной деятельности в системе ИМК
2. Особенности подготовки и проведения выставки за рубежом
3. Управление специализированными видами выставочных коммуникаций
4. Организация «горячей линии» в рамках проведения рекламного мероприятия
5. Sms-агрегация
6. Безбумажные способы обработки информации
7. CRM-маркетинг и ФЗ РФ «О персональных данных»
8. ФЗ РФ «О лотереях»
9. Применение директ-маркетинга в рамках организации рекламных мероприятий

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: **проверка выполнения домашнего задания..**

Вопросы для самоподготовки:

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: реферат; эссе; доклад; кейс-задания; дискуссии; контрольная работа; курсовая работа, проект; практикум по решению задач; лабораторный/практический практикум, расчетно-графические работы; расчетное практическое задание.

По разделу 1 «Организация событий в сфере рекламы и PR»:

Задание 1

Задание представляет собой разработку проекта рекламного мероприятия. Описание мероприятия состоит из 2 частей – теоретической и практической. В первой (теоретической) части дается теоретическое обоснование, в практической части студент должен представить рекламный проект: план, сценарий, расчет бюджета, график проведения рекламного мероприятия.

Защита проекта проходит в формате бизнес-презентации в сроки, установленные преподавателем.

Шаблон брифа:

Креативный бриф для разработки _____

Компания:

Продукт компании:

Дата составления брифа:

Контактная информация:

1. ПРЕДИСТОРИЯ ПРОЕКТА

Кратко расскажите о том, почему вы решили запустить данный проект? Как вы пришли к этому решению? Был ли у вас уже опыт реализации таких проектов? Расскажите об этом опыте: что на ваш взгляд было выполнено хорошо, а что вам не понравилось и вызывало сложности. Какие результаты были достигнуты в плане роста продаж, клиентов, посещаемости, знания по продукту?

**проектом может: разработка рекламного ролика и любого рекламного сообщения для продукта компании, создания макета буклета о товаре компании или разработка фирменного стиля продукта.*

1.1 Причины реализации проекта:

1.2 Опыт ранних проектов:

1.3 Положительные и отрицательные моменты:

1.4 Достигнутые результаты прошлых проектов:

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ТЕКУЩЕЙ КОММУНИКАЦИИ

Опишите основные коммуникационные цели, которых вы хотите достичь с помощью реализации данного проекта? (сформировать потребность, увеличить знание товара, сформировать определенный имидж и отношение к товару, стимулировать пробную покупку)

Опишите ваши ожидания относительно того, что данный проект даст вашему бизнесу?

Опишите планируемую отдачу от проекта?

Опишите основные задачи, который должно выполнить агентство для реализации поставленных целей: разработать концепцию коммуникации, снять ролик, подготовить концепт дизайна, печать и т.п. (все действия, кт ожидается получить от агентства)

2.1 Коммуникационные цели проекта:

2.2 Выгода для бизнеса:

2.3 Ожидаемый результат от проекта:

2.4 Задачи агентства:

3. ОСНОВНАЯ МЫСЛЬ СООБЩЕНИЯ

Напишите 1-2 предложениями то, что должен понять потребитель, прочитав или посмотрев ваше рекламное сообщение?

Опишите, какие эмоции должен испытать потребитель, после взаимодействия с рекламным сообщением, что он должен почувствовать?

3.1 Основная мысль в 1 предложение:

3.2 Основные эмоции потребителя:

4. ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ (ПРОЕКТА)

Опишите все важные требования и обязательные элементы, которые должны быть учтены при реализации проекта.

Опишите, как должен быть показан продукт в рекламном сообщении? (если есть к этому особые пожелания)? Какие образы и какую стилистику желательно использовать?

5. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ

Дайте характеристику текущим потребителям, которые покупают ваш товар (пол, возраст, доход, семейное положение, социальный статус и род деятельности, увлечения и основные ценности в жизни).

Дайте характеристику потребителям, на которых будет направлена ваша коммуникация (проект).

Опишите потребителей, которые никогда не купят ваш товар и наиболее вероятные причины отказа от покупки.

Опишите основные потребности, желания и проблемы, которые ваши текущие и потенциальные клиенты хотят решить, покупая ваш товар.

Опишите основные требования, которые ваши потребители предъявляют к свойствам товаров вашего рынка, по каким критериям они выбирают продукты?

Опишите кратко процесс покупки товара потребителем: где он покупает продукт, как часто? Как обычно использует купленный товар? Как часто возвращается за повторной покупкой? Рекомендует ли товар знакомым?

Опишите наиболее вероятные основные причины, по которым потенциальные покупатели не покупают ваш продукт?

5.1 Описание текущих потребителей:

5.2 Описание потребителей коммуникации:

5.3 Описание тех, кто никогда не купит товар:

5.4 Основные потребности, желания и проблемы целевой аудитории

5.5 Основные требования к свойствам товара:

5.6 Описание процесса покупки:

5.7 Наиболее вероятные причины отказа от покупки товара:

6. ПРОШЛЫЕ КОММУНИКАЦИИ КОМПАНИИ

Если вы уже проводили рекламные кампании по вашим продуктам, напишите текст сообщения, который вы говорили потенциальным потребителям о компании. Приведите примеры таких кампаний (готовые рекламные макеты, брошюры, ролики).

Если вы не проводили рекламных кампаний, представьте, что у вас есть возможность прорекламировать свой продукт (или всю компанию): Что бы вы рассказали о компании потенциальным потребителям?

7. ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ И РЫНКА

Расскажите о деятельности вашей компании. Опишите рынок, на котором работаете, как он растет, потенциал и основные источники роста рынка. Род деятельности компании (производство, торговля, услуги). Кратко напишите историю развития вашей компании: сколько на рынке существует компания, с чего вы начинали, в какой последовательности расширяли свой ассортимент. Расскажите о том, какое положение на рынке занимает ваша компания или отдельные продукты (доля рынка, место на рынке №1,2,3; известность)? Есть ли у вас награды и особые достижения, которые говорят о вашем успехе и признании потребителей?

7.1 Описание рынка (что за рынок, рост, потенциал):

7.2 Род деятельности и история развития компании:

7.3 Положение на рынке компании или отдельных товаров:

7.4 Награды, достижения, отзывы

8. УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА

Опишите основные источники роста для вашего бизнеса в будущем (расширение рынка сбыта, привлечение новых покупателей, увеличение частоты использования существующих продуктов, выпуск новых товаров или услуг)?

Опишите основные угрозы со стороны рынка, изменения поведения покупателей и роста давления конкурентов? Что может помешать росту продаж?

8.1 Источники роста для бизнеса:

8.2 Угрозы для бизнеса:...

9. ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ

Укажите, каких результатов планирует достичь ваша компания в долгосрочной перспективе – другими словами, опишите глобальные стратегические цели товара: место на рынке, уровень продаж и прибыли (не точные цифры, а ориентир по отношению к текущим продажам и прибыли).

Опишите, каких маркетинговых целей вы хотите достичь в долгосрочной перспективе: привлечь новых потребителей, изменить привычки использования продукта, увеличит лояльность текущих покупателей?

9.1 Бизнес цели:

9.2 Маркетинговые цели:

10. АССОРТИМЕНТ И СТРУКТУРА ПРОДАЖ

Перечислите товары (или услуги), которые вы продаете, в порядке значимости продаж. Опишите, что представляет собой каждый продукт, страна происхождения и его основные свойства, характеристики (то, что вы рассказываете о товаре покупателям). Какая товарная группа, товар или услуга являются лидерами продаж, основным источником прибыли для вашей компании и почему?

10.1 Структура продаж (все товары в порядке значимости продаж):

10.2 Описание каждого продукта (услуги) подробно:

продукт 1:

продукт 2:

10.3 Лидеры продаж (в том числе причины лидерства):...

11. ЦЕНОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ

Опишите уровень цен на товары вашей компании относительно средней цены по рынку: ваши товары продаются дешевле, чем в среднем по рынку (в низко-ценовом сегменте); по средне-рыночным ценам (в средне-ценовом сегменте); дороже, чем в среднем по рынку (в высоко-ценовом сегменте).

12. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Опишите такие характеристики вашей компании (или отдельных продуктов), которые уникальны и не встречаются у ваших конкурентов? Чем ваша компания (или отдельные продукты) лучше конкурентов?

Конкурентными преимуществами могут быть: отдельные свойства, комбинация свойств, технологии обслуживания, качество персонала, выгодная цена, выполнение каких-то свойств лучше всех на рынке и т.п.

13. ХАРАКТЕР И ИМИДЖ КОМПАНИИ (ОТДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ)

Охарактеризуйте вашу компанию 5-10 словами (прилагательными или словосочетаниями), которые отражают желаемый образ компании на рынке. Перечислите все слова в порядке важности и значимости.

14. КОНКУРЕНТЫ

Перечислите основных конкурентов: компании, с которыми вы соперничаете за получение текущих и потенциальных клиентов. По каждому конкуренту напишите краткую

характеристику: что это за компания, по каким товарам вы с ней конкурируете. Если сравнить ваш проект с подобными проектами конкурентов, в чем ваш проект должен быть лучше?

Название компании 1:

Описание компании 1:

По каким товарам конкурируете:

В чем вы хотите быть лучше:

15. ХОРОШИЕ ПРИМЕРЫ

Если у вас есть примеры проектов, которые вам нравятся и являются идеальным воплощением желаемого результата – приведите их в данном пункте или в приложении к брифу. Для каждого приведенного примера напишите понравившиеся элементы.

16. БЮДЖЕТ

Укажите ограничения по бюджету на проект (в руб.)

17. СРОКИ И ФОРМАТ РАБОТЫ

Напишите желаемые сроки реализации проекта и получения финального результата. Кратко напишите желаемый формат предоставления материалов и процесс утверждения выполненных работ. Обязательно пропишите, по каким критериям будет принимать работа.

Задание 2

Выберите из предложенных вариантов правильный ответ:

1. Аффинити – это:

- а) прибор для измерения радиоаудитории;
- б) документ для согласования время выхода в эфир;
- в) эмоциональный фон в процессе коммуникации.

2. Баннер - это:

- а) транспарант, натянутый на высоте;
- б) рекламный элемент на крыше автобуса;
- в) изобразительная плоскость (панель) в наружной рекламе.

3. Бренд – это:

- а) инструмент маркетинга по созданию образа;
- б) площадь для размещения рекламы;
- в) популярный торговый знак.

4. Брифинг – это:

- а) встреча с представителями СМИ, на которой излагается позиция по определенному вопросу;
- б) первое официальное представление некой продукции заинтересованной аудитории;
- в) предоставление журналисту статуса представителя конкретного издания.

5. Директ-маркетинг - это:

- а) посредник в торговых операциях;
- б) распространение через СМИ сведений, порочащих кого-либо.
- в) маркетинговая технология, предполагающая скорейшее достижение ответной реакции потребителя для продолжения взаимовыгодного диалога.

6. Джинса – это:

- а) заказная платная статья с прямой или косвенной рекламой;
- б) музыкальный куплет, используемый в качестве рекламы;

в) суммарный рейтинг всей рекламы.

7. Отстройка – это:

- а) создание информационных поводов с целью увеличения известности;
- б) разновидность маркетинговых технологий;
- в) прием ПР, подразумевающий возвышение одного имиджа при снижении другого.

8. Позиционирование – это:

- а) способы воздействия на поведение индивидов;
- б) совокупность технологий продвижения товаров и услуг;
- в) создание узнаваемого имиджа товара или услуги.

9. Слоган – это:

- а) короткая фраза, призванная выражать отдельные достоинства товара;
- б) рекламный девиз в виде эмоционально заряженной фразы;
- в) визуальное выражение товарного знака, как элемента фирменного стиля.

10. Пресс-релиз – это:

- а) предназначенный для прессы документ, содержащий актуальное для прессы сообщение;
- б) предварительная демонстрация текста;
- в) пробный выпуск печатного продукта с целью привлечения инвесторов.

Ключ: 1.в); 2.а); 3.в); 4.а); 5.в); 6.а); 7.в); 8.б); 9.б); 10.а).

По разделу 2 «Медийное сопровождение событий в сфере рекламы и PR»:

Задание 1. Прочитайте статью и, на основе представленного материала, разработайте алгоритм медийного сопровождения событий в сфере рекламы и PR.

ББК 76.006.5

УДК 304.2

О. Г. Габышева, В. В. Корнилова

г. Якутск, СВФУ

O. Gabysheva, V. Kornilova

Yakutsk, NEFU

МЕДИЙНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ PR-ПРОЕКТОВ SUPPORT OF SOCIAL MEDIA PR-PROJECTS

Аннотация: В статье актуализируется проблема медийного сопровождения в социальной сфере. Выявлены основные методы взаимодействия с журналистами. В качестве примера приводится медийное сопровождение социального PR-проекта «Открытые сердца».

Ключевые слова: медиарелейшнз; средства массовой информации; технология; технология медийного сопровождения.

Abstract: Article updated issue of media support in the social sphere. The basic methods of interaction with journalists. As an example social support mediiynoe PR-project «Open Hearts».

Keywords: media relations; media; technology; media technology support.

PR-деятельность в широком ее понимании, прежде всего, направлена на установление коммуникаций организации с ее общественностью. Широкое применение при установлении контактов организации с внешней средой находят средства массовой информации (далее по тексту — СМИ). Согласно российскому законодательству [7], СМИ представляет собой периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмму, радиопрограмму, видеопрограмму, кинохроникальную программу, иную форму периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием.

В современных исследованиях, посвященных изучению работы по СМИ [1; 2; 4], работа с журналистами является основным направлением деятельности специалистов по связям с общественностью (медиа рилейшнз — media relations). Так, М. В. Гундарин [4] указывает, что данное направление работы представляет собой систему постоянно возобновляющихся, направленных на создание медийного образа организации, позитивных взаимоотношений между организацией и средствами массовой информации (и/или их работниками).

В работе по теории связей с общественностью ученых Д. Н. Кривоносова, О. Г. Филатовой и М. А. Шишкиной [5] указывают на то, что медиарилейшнз — это система эффективных взаимоотношений со СМИ.

Авторы классического учебника по связям с общественностью А. Н. Чумиков и М. П. Бочаров [9] также считают, что медиарилейшнз обеспечивает поддержку связей со СМИ. Целью данной работы, по мнению ученых, является регулярная связь со СМИ, наличие доброжелательных отношений с медиасообществом и создание положительной репутации в среде журналистов. А задачи, обеспечивающие достижение данной цели, состоят в мониторинге СМИ, осуществлении информационного аудита, создании медиаобращений, медиакарт, организации мероприятий для журналистов.

Мы не можем оставить без внимания положения исследователя Г. Н. Татариновой [8], которая отмечает, что для грамотного построения взаимоотношений с представителями медиасообщества необходимо создать определенную систему работы с ними, которая, по мнению автора, включает создание базы данных СМИ, плана периодичности проведения мероприятий; разработку новостных документов (пресс-релизов) и информационных поводов; подписание договоров со СМИ по поводу освещения деятельности организации; мониторинг СМИ, отслеживание обратной связи; организацию правового обеспечения взаимоотношений со СМИ; подготовку выступлений лидеров организации; создание и обслуживание интернет-представительств.

Следовательно, сотрудничество с журналистами следует осуществлять на постоянной основе, а не фрагментарно, данную деятельность исследователи В. В. Богданов и И. М. Комарова [2] называют медийным сопровождением, в которое входят следующие составляющие: организация, PR-структура, информационный материал, сотрудники медиа, медиа и массовая целевая аудитория.

Таким образом, под медийным сопровождением мы будем понимать вовлечение СМИ в определенный информационный повод, результатом которого станут отклики журналистов. Данный вид PR-деятельности мы попытаемся представить в виде технологии медийного сопровождения, основными участниками которой становятся: организаторы и журналисты.

Цель технологии — комплексная разработка решений по продвижению новостной информации.

Компонентами технологии стали: целевой; содержательный; технологичный; результативный.

Раскроем целевой компонент технологии: цель, по мнению А. Н. Чумикова и М. П. Бочарова [9] — наличие доброжелательных отношений с медиасообществом и создание положительной репутации в среде журналистов. Для ее достижения следует изучить рынок СМИ, составить базу данных СМИ, установить сотрудничество с журналистами, создавать новостные материалы и проводить мероприятия для журналистов, осуществлять мониторинг работы.

Содержательный компонент обеспечивает принципы взаимодействия PR-специалиста с журналистами. Определяющее значение для нас имеют принципы, разработанные И. В. Алешинной [1]. Среди которых важные: предоставление журналистам достоверной информации; опровержение несправедливых обвинений организации в информационном поле; выражение точной и ясной позиции по интересующему нас вопросу и опровержение информации в случае ее неверной интерпретации.

Среди основных функций учеными А. Д. Кривоносовым, О. Г. Филатовой, М. А. Шишкиной указываются [5] следующие: познавательная (для изучения PR-деятельности, описания субъекта и объекта PR); прогностическая (прогнозирование развития PR-деятельности и определение ее последствий); практическая (составление рекомендаций по оптимизации коммуникаций); управленческая (применение управленческих решений); социальная (совершенствование социальных отношений).

Технологичный компонент обеспечивает непосредственно медийное сопровождение. Здесь мы рассматриваем основные методы и формы работы со СМИ. Для выбора методов

мы обратились к работе Б. Р. Манделя [6], в которой остановились на трех основных методах организации мероприятий для журналистов; метод «мелькания» или упоминание о субъекте PR в медийном поле; метод оперативного реагирования.

В качестве форм работы со СМИ исследователь Д. А. Вылегжанин [3] предлагает вести работу с созданием материалов для журналистов, к которым он относит бэкграундер, медиакарту, занимательную статью, кейс-историю, пресс-релиз, заявление для СМИ.

Заключительным компонентом становится результативный. Так, Ф. И. Шарков [10] отмечает, что измерять необходимо то, что связано с производством и использованием информационных продуктов, поэтому оценка представляет собой следующее количество подготовленных информационных продуктов, включая продукты PR-планирования; количество лиц / организаций / СМИ, получивших подготовленные информационные продукты; количество изменений, произошедших в результате получения информационных продуктов; количество инструментальных циклов, связанных с производством и использованием информационных продуктов (количество операций по подготовке / рассылке / отслеживанию). Показателями данных критериев становится качественная характеристика количественных результатов.

Данную технологию мы апробировали при организации социального PR-проекта «Открытые сердца», проведенного в Якутске 17 декабря 2013 года в Государственном Цирке Республики Саха (Якутия). Целью данного проекта стала социализация социальных сирот средствами связей с общественностью.

Организаторами проекта для привлечения внимания общественности к проблеме социального сиротства в Якутии было необходимо формирование информационной среды вокруг проекта, так как СМИ являются эффективным средством информирования общественности. Для осуществления медийного сопровождения проекта организована PR-акция «Белое крыло журналиста».

На 1 этапе — осуществлен мониторинг и сформирована база СМИ, с которой нам необходимо было установить связи.

На 2 этапе — установлены контакты с журналистами, разосланы пресс-релизы и бэкграундеры.

На 3 этапе — проведено мероприятие.

На 4 этапе — оценена эффективность работы.

Итогами стали 2 информационных выпуска на ТВ; 18 информационных материалов в сети интернет и 4 — в печати; 2 заметки на радио. Всего было привлечено 19 журналистов (телепередача «Люди и события», творческое объединение «Пропеллер», телеканал НВК-Саха, газеты: «Саха Сирэ», «Якутия», «Киин куорат», ИА «ЯСИА», «Саха-пресс», «Саханьюс», «БЕЗ ФОРМАТА.ru», «афиша-онлайн.ru», «ЯКУТИЯ.ИНФО», группа VKONTAKTE.COM Благотворительный спектакль «Открытые сердца», страница «ПОС ФЛФ СВФУ», «S-VFU.RU», «ежедневные новости Якутска», «Афиша Якутска», «Якутск Онлайн», «Саха-медиа»).

В заключение хотелось бы отметить, что обеспечение медийного сопровождения является решением многих проблем, технологичный подход к работе с журналистами оправдал наши ожидания. Но не стоит забывать, что эффективность любой PR-деятельности, в том числе по обеспечению медийного сопровождения необходимо осуществлять систематически. Именно это является залогом успешной репутации организации или лица в среде СМИ, которые призваны формировать общественное мнение.

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрой.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является экзамен в 7 семестре и в 8 семестрах, который проводится в устной форме.

5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Знать: характер процессов обеспечения качества и эффективности мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: методами планирования и проведения мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: проблемы управления рисками	Этап формирования знаний
		Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический	Этап формирования навыков и получения опыта

5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>

ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании - 7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>
ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании - 7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие «организация событий», цели и задачи событий
2. Классификация событий. Популярные форматы событий.

3. Аудитория. Барьеры участия в событиях (для участников) и методы их преодоления.
4. Принципы организации успешных событий
5. Методы и инструменты планирования событий (виды планов)
6. Этапы организации и проведения событий (цикл события, основные задачи каждого этапа)
7. Виды аудиторий события, особенности работы с разными аудиториями (СМИ, партнеры, клиенты и т.п.)
8. Исследования, генерация и тестирование идей события.
9. Выбор подрядчиков
10. Определение бюджета
11. Работа со спонсорами
12. Пространство мероприятия, площадка, техническая часть, декорации и оформление,
13. Координация и логистика на мероприятии,
14. Система идентификации на мероприятиях, подарки и сувениры
15. Управление командой event-менеджеров.
16. Нештатные ситуации (риск-менеджмент).
17. Финансовое обоснование проведения событий (принятие решений об отмене события)
18. Способы оценки эффективности

Расчетно-практические задания (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

Задание 1

Практическое задание по анализу события. Задание выполняется в группе (6-7 человек). Выполненное задание представить в виде презентации в формате PowerPoint. На каждую презентацию, включая ответы на вопросы, отводится не более 15 минут.

1. Выбрать компанию / бренд для проведения события, посетить событие, проводимое в г. Москве. Указать название события, организатора, место, дату, время проведения, откуда узнали (ИМК).
2. Описать проблему компании / бренда, которая решается посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Проанализировать инструменты ИМК уже используемые компанией для решения данной проблемы. Обосновать выбор события в качестве основного инструмента ИМК.
3. Описать ценности бренда, цель и задачи события, целевую аудиторию.
4. Описать целевую аудиторию.
5. Сформулировать предполагаемую цель проведения (действие или отношение, ожидаемое от участников).
6. Проанализировать эффективность проведенного мероприятия. Указать методы оценки эффективности.
7. Проанализировать основные недостатки мероприятия и предложить пути их решения.

Задание 2 .

Познакомьтесь с кейсом. Разработайте, проведите собственное мероприятие, опишите его по образцу.

Кейс "Event-менеджмент для совместного семинара с Mail.ru"

ДОЛОЙ ДРЕВНИЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ!

КАПЛЯ РЕКЛАМЫ 15.3 23 АПРЕЛЯ

с 15.00 до 17.30 ИКРА, Речпорт, наб.62й Армии, 6

Первый совместный открытый семинар по новым трендам в интернет-маркетинге от:

INTERVOLGA.RU
@mail.ru
group

Рекламные каналы мероприятия
Теленеделя

Афиша

Волгоград

НОЧНОЙ БЕГЛЕЦ

25 апреля 19:00
Речпорт, Музей Клоунов-Сирок
Клоуны: Саша Бурбон
В шоу Динора Пасарь работают труппы из Ташкента и из Москвы. Это шоу является не обманочной труппой с вымышленными персонажами, а реальная труппа клоунов. В программе: клоуны, музыкальные номера, танцы, песни и многое другое. Динора Пасарь является обладательницей 5 премий в области шоу-бизнеса, лауреатом конкурса «Мисс Шоу-бизнес».

КОНЦЕРТ «ДВУХ ДУШ ЕДИНОЕ ДЫХАНИЕ»

25 апреля, 6+
Волгоградская государственная филармония
Адрес: г. Волгоград, пр. Ленина, 97
Тел.: (8442) 27-52-96; 47-9511; 479-01-11
Начало: 17:00
Цена билетов: 100-200 руб.
Состав: Наталья А. Давыдова и С. Сидорова (20 человек). Программа подготовлена по заказу программы по развитию творческих профессий и включает в себя театральные номера.

ОТКРЫТЫЙ СЕМИНАР ИНТЕРВОЛГА И MAIL.RU

23 апреля
Коллеги! Приглашаем вас на первый совместный открытый семинар по новым трендам в интернет-маркетинге и продвижению. В программе: кейсы, практические задания, ответы на вопросы, актуальные новости. Место проведения: ИКРА, Речпорт, наб. 62й Армии, 6. Начало: 15:00. Цена билета: 1000-2000 руб.

GIDM.RU

- Фотоотчеты
- Видеорепортажи
- Интервью
- Статьи
- Конкурсы

ВЫБЕРИТЕ ТЕМУ ▾

ОБСУЖДЕНИЯ

3 мая - авторский вечер Мурада Кажлаева

гость: Здорово! Для Ростова-на-Дону большая редкость сольные фортепианные концерты тако...

Открытый Кубок Волгоградской области по бильярдному спорту

Гость: Обязательно придем поболеть за волгоградцев!

Мастер-класс от Елены Летучей

Студия Твоя Среда: Добрый день. Прямое включение, в режиме реального времени. С помощью проектора б...

GIDM.RU » Журнал

Долой древние методы продвижения!

03.04.2015 | КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ



КАПЛЯ РЕКЛАМЫ 15.3


23 с 15.00 до 17.30
АПРЕЛЯ ИКРА, Речпорт, наб.62-0й Армии, 6

БЕСПЛАТНЫЙ
семинар по новым трендам в интернет-маркетинге от:

@mail.ru group
INTERVOLGA.RU

Открытый семинар ИНТЕРВОЛГА и Mail.ru Group

Совет директоров Волгограда



Городская общественная организация промышленных предприятий «Совет директоров Волгограда»

16+

Ваши предложения
Здесь вы можете оставить свои предложения
Оставить предложение

Новости : Деятельность : Президиум : Члены организации : Уставные положения : События : Промышленность Волгограда : Контакты

Подписка на рассылку Подписка

Новости

- 03.04.2015 [В Волгограде пройдет промышленная выставка](#)
- 02.04.2015 [Местным производителям расскажут о преимуществах отечественных смазочных материалов](#)
- 03.04.2015 [Новые тренды интернет-маркетинга](#)
- 02.04.2015 [День поля в Волгограде](#)



03.04.2015

Новые тренды интернет-маркетинга



23 апреля интернет-агентство ИНТЕРВОЛГА совместно с Mail.ru Group проведет в Волгограде открытый семинар «Капля рекламы 15.3. Таргетинг». Семинар будет проходить с 15.00 до 17.30 на площадке креативного пространства «ИКРА» (ул. Набережная 62-й армии, д. 6).

Эксперты и специалисты в области интернет-маркетинга расскажут о свежих тенденциях отрасли, баннерной и тизерной рекламе и основах ее внедрения в бизнес, социальных сетях и возможностях, которые они дают в плане продвижения.

Кроме того, программа мероприятия включает в себя и некоторые приятные сюрпризы: фуршет от партнеров проекта компании «Полезново», приятные бонусы всем слушателям от организаторов, розыгрыш призов от партнеров БИТРИКС.

Семинар будет полезен руководителям, PR-специалистам, менеджерам, представителям рекламного сектора, тем, кто самостоятельно продвигает свой сайт в интернете и ищет пути повышения эффективности данной работы.

Более подробная информация о мероприятии и запись на семинар [здесь](#)

Раздали приглашения в ИКРЕ и ВолгоградЭКСПО. Отдельная благодарность Марии Базуенко из Теленедели за то, что раздала приглашительные своим заказчикам рекламы:

Блокнот Волгоград

bloknot-volgograd.ru/afisha/shares/open_seminar_and_intervolve_mail_ru_group-591606/



19:15 ПОНЕДЕЛЬНИК, 13 АПРЕЛЯ



НОВОСТИ

АФИША

НАШИ КОНКУРСЫ

НАРОДНЫЙ РЕПОРТЁР

Открытый семинар ИНТЕРВОЛГА и Mail.ru Group

58 минут назад



Мы приглашаем Вас на открытый семинар интернет-агентства ИНТЕРВОЛГА совместно с Mail.ru Group 23 апреля "Капля рекламы 15.3. Таргетинг"!

Хотите узнать о свежих тенденциях в интернет-маркетинге? Популярность баннерной и тизерной рекламы всё выше, вы уже внедрили её в ваш бизнес? Новые знания о социальных сетях, которые вы еще не использовали.

Реальные кейсы и примеры. Советы и решения именно для вашего бизнеса. Самые свежие тренды.

Из приятных сюрпризов:

- фуршет от наших партнеров "Полезново"
- всем слушателям семинара приятные бонусы от Mail.ru и, конечно же, ИНТЕРВОЛГИ
- розыгрыш призов от наших партнеров БИТРИКС

Семинар пройдет 23 апреля 2015, с 15.00 до 17-30 по адресу: Набережная 62 армии, Речпорт. ИКРА, Пиранья, конференц-зале рядом с нашим офисом.

Подробная информация и запись на семинар [здесь](#):

<http://www.intervolga.ru/seminars/internet-marketing-izmenilsya-otkrytyy-seminar-intervolga-i-mail-ru-group/>

Медийная реклама в сервисах Mail.ru

	A	B	C	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL
1				Всего						
2	#	Площадка	Слот	Клики	Показы	CTR	Глубина	Отказы	Конверсии количество	% конверсий
3	5198480	Главная	Текстово-	175	199 101	0,09%	1,4	41,30%	4	2,29%
4	5198477	Новости	240x400	52	132 861	0,04%				0,00%
5	5198478	Почта	240*400	121	496 864	0,02%	1,6	27,70%	5	4,13%
6	5198479	Одноклассник	240*400	58	151 196	0,04%	1,2	65,80%	1	1,72%
7	Всего			406	980 022	0,04%				

Внутренние каналы

- посты в наших соц.сетях,
- мероприятия в vk.com, facebook.ru, google+,
- баннер на главной нашего сайта,
- сообщение в живой ленте (на главной),
- e-mail рассылка по базе.

Подробнее остановлюсь на e-mail рассылке: тут есть наглядная статистика.

Было сделано 2 кампании через MailChimp (подробнее о том, как правильно делать рассылки, и о возможностях сервиса можете почитать [в этой статье](#)).

1 кампания: на лояльных слушателей наших семинаров

- 429 отослано
- 178 открыли и прочитали
- 51 перешли по ссылке регистрации

2 кампания: на общую базу e-mail (наши клиенты, лиды, подписчики блога)

- 1347 отослано
- 335 открыли и прочитали
- 36 перешли по ссылке регистрации

Смета мероприятия

	A	B	C	D	E	F	G
1							
2	Реклама				Еда		
3	1	Медийная реклама со скидкой от Mail.ru	1000		1	Чай из панды	3000
4	2	Анонсы по whitelist gidm.ru, Теленеделя, Блокнот Волгоград, ИКРА	бесплатно		2	Еда от Полезново	бесплатно
5							
6	Аренда зала				Лототрон		
7	1	2,5 + проектор и микрофоны	2800			призы от Битрикс	бесплатно
8							
9							
10	Гарантированные призы				Печатная продукция		
11	1	От mail.ru	бесплатно		1	Приглашения на семинар	275
12	2	От нас	скидка на наши услуги 30%				
13							
14							
15	Видеоператор						
16	1	2,5 часа	2500				
17							
18							
19	ИТОГО:						
20	9575						
21							

Итоги кейса и в целом нашего event-менеджмента

Потрачено: 9575 рублей, примерно 15 часов специалистов на подготовку докладов и пиар

Трафик на сайт: 700+ (не везде были метки, не со всеми данными Яндекс Метрика ведет себя адекватно)

Регистраций на семинар: 116

Пришло людей: не считали, судя по стульям, которые пришлось доносить в зал, рассчитанный на 50 человек, было около 60 слушателей.

Собрано анкет: 35

Послано КП: 22

Лидов: 6

Продажа: пока что одна по факту, а дальше только время покажет)

Еще:

- приглашения на совместное спикерство,
- партнерство и предложение своих услуг/товаров для “бонусов” последующих семинаров,
- двое наших слушателей нашли себя в организации праздника (для примера по созданию кампании брали Event-агентство Миндаль),
- многие для себя открыли чудесных Панда-чай (реально чай из Китая привозят ребята, их “замороженный” мой любимый),
- наш клиент Павел из Фазенды Полезно получил возможность рассказать о своей продукции, пока гости ее поглощали:)
- многие слушатели получили подарки и были рады)

В рамках работы студенты должны изложить свое мнение и сформулировать свои предложения на основе приобретенных знаний. Контрольная работа должна быть краткой и соответствовать заданной теме.

Качество работы зависит от

- исходного материала (конспектов прочитанной литературы, лекций, других информационных источников, практического опыта);
- самостоятельности мышления и способности к творческому осмыслению проблемы;
- умения грамотно, аргументировано и ясно излагать свои мысли в письменном виде, структурировать и создавать новую информацию.

Объем контрольной работы – 10-12 страниц, шрифт 14, интервал 1,5.

Результаты исследования оформляются в виде отчета. Его основные разделы:

- Введение (содержит цель отчета, цель исследования, актуальность его проведения).
- Методологический раздел (описывается объект исследования и использовавшиеся методы).
- Полученные результаты (описывается структура вопросника или условия проведения эксперимента и полученный результат).
- Ограничения исследований (указывается степень достоверности, репрезентативность).
- Выводы и рекомендации по улучшению ситуации
- Заключительная часть (содержит приложения, расчеты, дополнительную информацию).

Контрольная работа должна иметь следующее структуру:

- титульный лист (наименование ВУЗа, название кафедры, название дисциплины, тема работы, ФИО исполнителя и научного руководителя),
- сама работа,
- список литературы, использованной для написания работы,

5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестации по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата,

программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

6.1. ОСНОВНАЯ

6.1. Основная литература

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469660> (дата обращения: 18.11.2021).

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171> (дата обращения: 18.11.2021).

6.2. Дополнительная литература

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469809> (дата обращения: 18.11.2021).

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517> (дата обращения: 10.12.2020).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

NN	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1	Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале

		полных текстов диссертаций и авторефератов	
2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
3	Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	http://e-heritage.ru/index.html 100% доступ
4	Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
5	Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
6	Единое окно доступа к образовательным	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и	http://window.edu.ru/library 100% доступ

	ресурсам	полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	
7	Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ
8	Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	http://pravo.eup.ru/ 100% доступ

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Организация и медийное сопровождение событий» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе <http://biblioclub.ru>, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

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

самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

Подготовка к зачету.

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

5. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

5.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3. Справочно-правовая система Консультант+
4. Acrobat Reader DC
5. 7-Zip
6. SKY DNS
7. TrueConf(client)

5.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

Обучающиеся по программе имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»	Журналы издательства «Гребенников».	http://grebennikon.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети

		технических журналах.	<p>Университета на 276 журналов по подписке Университета.</p> <p>Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.</p>
4.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
5.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
6.	ЭБС «Библиороссика»	Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде. 5100 изданий открытого доступа	http://bibliorossica.com 100% доступ
7.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
8.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<p>Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ResearcherID. Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/ В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу</p>

			<p>Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p> <p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>
--	--	--	---

10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины **«Организация и проведение специальных событий»** в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** 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).

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).

11. Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины **«Организация и проведение специальных событий»** применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины **«Организация и проведение специальных событий»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

В рамках учебной дисциплины **«Организация и проведение специальных событий»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

12.Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ Романов И.В.
28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Организация деятельности коммуникационного агентства

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «*Организация работы коммуникационного агентства*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

(подпись)

Генеральный директор

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности спонсорства и фандрайзинга с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «*Организация работы коммуникационного агентства*»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов организации работы коммуникационного агентства;
3. формирование представлений о формах, методах коммуникационной деятельности;
4. приобретение навыков внедрения стандартов коммуникационной деятельности в практику агентства.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Организация работы коммуникационного агентства*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Организация работы коммуникационного агентства*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Теория и практика рекламы*», «*Теория и практика связей с общественностью*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

профессиональных компетенций: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	--	---------------------

ПК-1	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: специфику организации и медиа сопровождения мероприятий Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия Владеть: основными технологиями рекламной, выставочной, event-деятельности
ПК-2	способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать: характер процессов обеспечения качества и эффективности мероприятий Уметь: управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий Владеть: методами планирования и проведения мероприятий
ПК-3	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: проблемы управления рисками Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

	на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуально и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):		40			
Учебные занятия лекционного типа		16			
Практические занятия		24			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					
Самостоятельная работа обучающихся, всего		68			
Контроль промежуточной аттестации (час)		36			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ		144			

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	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная
Осенний семестр								
Раздел 1 Содержание работы агентства				4	6			
Раздел 2. Управление агентством				4	6			
Раздел 3. Управление проектами в агентстве				4	6			
Раздел 4. Продвижение услуг агентства				4	6			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36							
Общий объем, часов	144	68	40	16	24			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Осенний семестр							
Раздел 1. Содержание работы агентства			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 2. Управление агентством			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 3. Управление проектами в агентстве			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 4. Продвижение услуг агентства			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов							

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Содержание работы агентства

Цель: формирование системы знаний о работе коммуникационного агентства

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этапы работы на интегрированных проектах содержание, последовательность, особенности на примерах реальных кейсов интегрированных кампаний.

Вопросы для самоподготовки:

Подход к определению предметной области отрасли. Профессиональные стандарты в области СО. Профессиональные и личностные требования к специалистам. Отраслевые рейтинги, ассоциации, СМИ. Структура, тенденции рынка коммуникационных агентств. Стратегии коммуникационных агентств на рынке. Специфика бизнеса коммуникационных агентств.

РАЗДЕЛ 2. Управление агентством

Цель: формирование понятия о процессе планирования деятельности агентства.

Перечень изучаемых элементов содержания

Портфель услуг агентств. Финансовые модели агентств. Структура агентства и команда. Типы проектов и контрактов. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентства, форматы клиентского взаимодействия.

Вопросы для самоподготовки:

Анализ работы текущего агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности, позиционирование. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта(ов), человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги).

РАЗДЕЛ 3. Управление проектами в агентстве

Цель: ознакомить с основами управления проектами

Перечень изучаемых элементов содержания.

Типы проектов, принципы формирования команды, планирование времени на реализацию (почасовое планирование), составление таймингов.

Вопросы для самоподготовки:

Отношения и роли между клиентом и агентством. Грамотная формулировка задачи, грамотная обратная связь. Виды контрактов, плюсы и минусы различных способов. Система работы: брифинги, презентации, корректировки, тайминги, оценка эффективности. Мотивация агентств и команды, варианты KPI.

РАЗДЕЛ 4. Продвижение услуг агентства

Цель: освоить формы продвижения услуг коммуникационного агентства

Перечень изучаемых элементов содержания.

Продвижение услуг коммуникационного агентства (экспертные программы, рейтинги, фестивали, интернет-продвижение, личные контакты, другие способы). Ошибки в продвижении услуг. Лучшие практики. Оценка эффективности работы коммуникационного агентства (со стороны клиентов, со стороны акционеров). Организация собственного агентства: специфика и проблемы.

Вопросы для самоподготовки:

Сложные кейсы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Оценить стоимость проекта по разработке коммуникационной стратегии для бренда с точки зрения трудозатрат команды

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Разработать стратегию продвижения услуг коммуникационного агентства

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Составьте медиа-досье

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Составьте бриф на ведение коммуникационной сопровождения клиента

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Тестирование

- 1) Что не является источником средств в фандрайзинге
 - А) частное лицо
 - Б) фонд
 - В) НКО
 - Г) государственная организация

- 2) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчётом об их использовании - это
 - А) спонсорство
 - Б) грант
 - В) эндаумент фонд
 - Г) благотворительность

- 3) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
 - А) 39
 - Б) 38
 - В) 13
 - Г) 23

- 4) Самый распространенный источник финансирования НКО
- А) коммерческие организации
 - Б) государственные органы
 - В) благотворительные фонды
 - Г) частные лица
- 5) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
- А) пожертвование
 - Б) грант
 - В) эндаумент
 - Г) краудфандинг

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Тестирование

1. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов

- А) льготы по налогообложению
- Б) повышение имиджа
- В) развитие местного сообщества
- Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?

- а) нравственные мотивы;
- б) рост доверия потребителей;
- в) реклама;
- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
- д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

- А) гуманитарных наук
- Б) естественных наук

- В) и то и другое
- Г) ни то ни другое

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Тестирование

1. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов

- А) льготы по налогообложению
- Б) повышение имиджа
- В) развитие местного сообщества
- Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?

- а) нравственные мотивы;
- б) рост доверия потребителей;
- в) реклама;
- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
- д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

- А) гуманитарных наук
- Б) естественных наук
- В) и то и другое
- Г) ни то ни другое

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – Тестирование

1) Что не является источником средств в фандрайзинге

- А) частное лицо
- Б) фонд
- В) НКО
- Г) государственная организация

- 2) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчётом об их использовании - это
- А) спонсорство
 - Б) грант
 - В) эндаумент фонд
 - Г) благотворительность
- 3) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
- А) 39
 - Б) 38
 - В) 13
 - Г) 23
- 4) Самый распространенный источник финансирования НКО
- А) коммерческие организации
 - Б) государственные органы
 - В) благотворительные фонды
 - Г) частные лица
- 5) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
- А) пожертвование
 - Б) грант
 - В) эндаумент
 - Г) краудфандинг

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и	ПК-1.1Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний

	мероприятий	ПК-1.2 Уметь проводить коммуникационные компании	Этап формирования умений
		ПК-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного	Этап формирования знаний
		ПК2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Этап формирования умений
		ПК2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		ПК 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-5	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК5.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
		ПК 5.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и	Этап формирования умений

		корпоративной социальной ответственности	
		ПК 5.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
		ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования умений
		ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
------------------------	---------------------------------------	--	------------------------------------

<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
-------------------------------------	----------------------------------	--	---

<p>ПКО-1, ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, ПК-4,ПК-5</p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
<p>ПКО-1, ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, ПК-4,ПК-5</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Основные этапы работы на интегрированных проектах
2. Анализ работы текущего агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.
3. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности, позиционирование.
4. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта(ов), человеческие ресурсы, 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.
7. Стандартные инструменты измерения здоровья бренда
8. Проектирование структуры рекламного отдела в зависимости от задач и структуры бизнеса. Определение ролей сотрудников, иерархия, набор компетенций.
9. Типы рекламных/коммуникационных агентств
10. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентства, форматы клиентского взаимодействия.
11. Оценка эффективности работы коммуникационного агентства (со стороны клиентов, со стороны акционеров).
12. Коммуникационные стратегии.
13. Стейкхолдеры и организация коммуникаций с ними.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469809> (дата обращения: 18.11.2021).

Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469084> (дата обращения: 18.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517> (дата обращения: 10.12.2020).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171> (дата обращения: 18.11.2021).

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

NN	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1	Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале
2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ

		<p>Научно-исследовательского вычислительного центра</p> <p>МГУ имени М.В. Ломоносова</p>	
3	<p>Научное наследие России</p>	<p>Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.</p>	<p>http://e-heritage.ru/index.html</p> <p>100% доступ</p>
4	<p>Электронная библиотека учебников</p>	<p>На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.</p>	<p>http://studentam.net</p> <p>100% доступ</p>
5	<p>Cyberleninka</p>	<p>Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.</p>	<p>http://cyberleninka.ru/journal</p> <p>100% доступ</p>
6	<p>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</p>	<p>Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования</p>	<p>http://window.edu.ru/library</p> <p>100% доступ</p>
7	<p>Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии</p>	<p>Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном</p>	<p>http://gigabaza.ru/doc/131454.html</p> <p>100% доступ</p>

		формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
8	Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	http://pravo.eup.ru/ 100% доступ

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Организация деятельности коммуникативного агентства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе <http://biblioclub.ru>, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной

подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

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

самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

Подготовка к зачету.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

5. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

5.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3. Справочно-правовая система Консультант+

4.Acrobat Reader DC

5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ ResearcherID. Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/ В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА

			<p>ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)"</p> <p>На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p> <p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>
--	--	--	--

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

Для изучения дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 *«Спонсорство и фандрайзинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины *«Организация деятельности коммуникативного агентства»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Содержание изменения	Реквизиты	Дата
---	----------------------	-----------	------

п/п		документа об утверждении изменения	введения изменения
1.	<p>Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017</p>	<p>Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года</p>	<p>01.09.20 21</p>



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

 УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В.Романов
28 мая 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность
Современные социальные коммуникации

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины **«Современная пресс-служба»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Бородянская Е.А..
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.п.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i>	5
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	10
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	28
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	28
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	28
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	30
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	31
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	36
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	37
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	37
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	38
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	40
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	28
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	29
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	44

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о роли и месте пресс-службы в системе организации коммуникаций, а так же о технологиях работы современных пресс-служб коммерческих, государственных и некоммерческих организаций, с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков.

Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить с принципами функционирования пресс-службы
2. Изучить ключевые инструменты работы пресс-службы
3. Изучить организацию и управлению пресс-службой
4. Дать представление о тенденциях в системе внутренних и внешних коммуникаций

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Современная пресс-служба» реализуется в базовой части в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Современная пресс-служба» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Профессиональные творческие студии», «Психотехнологии коммуникативного менеджмента»,

Изучение дисциплины «Современная пресс-служба» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Современные электронные медиа: теория и практика», «Копирайтинг и технологии современной прессы», «Интернет-маркетинг и интернет-журналистика», а также для всех видов учебной и производственной практики.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих, **обще**профессиональных и **профессиональных** компетенций: УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория обще профес- сиональных компетенций	Код обще профе с- сиональной компетенц ии	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения обще профес сиональной компетенции
---	---	-----------------------------	--

Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>
Продукт профессиональной деятельности	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	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>
Аудитория	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. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов
Медиакоммуникационная система	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 журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Эффекты	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 поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
	ПК-1	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС	0	0			
Иная контактная работа	32	32			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	72	72			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	0			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4		
Практические занятия	8	4	4		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	16	8	8		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	108	56	52		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4		4		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144				

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	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 3							
Раздел 1	27	9	18	4	6		8
Раздел 2	27	9	18	4	6		8
Раздел 3	27	9	18	4	6		8
Раздел 4	27	9	18	4	6		8
Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	144	36	68	16	24		32
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Курсы 1 и 2							
Раздел 1	27	25	8	2	2		4
Раздел 2	27	26	8	2	2		4
Раздел 3	27	26	8	2	2		4
Раздел 4	27	26	8	2	2		4
Контроль	9						

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	144	103	32	8	8		32
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Аналитическая записка	4	Аналитическая записка
Раздел 2	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Аналитическая записка	4	Аналитическая записка
Раздел 3	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Аналитическая записка	4	Аналитическая записка
Раздел 4	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Блок-схема	4	Аналитическая записка
Общий объем по модулю/семестру, часов	108	68		20		16	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий,	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Курс 2							
Раздел 1	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 2	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 3	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 4	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Блок-схема	10	Аналитическая записка
Общий объем по модулю/семестру, часов	119	32		63		40	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы пресс-службы организации

Цель: сформировать представление целях и задачах работы пресс-службы

Перечень изучаемых элементов содержания

Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики.

Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации.

Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов.

Понятие функции. Функциональный подход к журналистской деятельности. Многообразие социальных и информационных потребностей общества. Соотношение

функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.

Должностные обязанности сотрудников. Требования к сотрудникам пресс-службы. Смежные виды деятельности.

Понятия и основные характеристики имиджа. Основные каналы восприятия имиджа (визуальный, вербальный, событийный, контекстный). Два главных направления создания имиджа (описательный и оценочный). Компоненты структуры имиджа, возможность их применения в формировании практических моделей имиджмейкинга.

Исторические традиции становления имиджмейкинга в современном мире. Специфика формирования данной профессиональной деятельности в России в постсоветский период. Профессиональный портрет имиджмейкера. Место СМИ в деятельности профессионального имиджмейкера.

Специфика профессионального формирования имиджа личности. Анализ личностно – психологических параметров руководителя. Профессиональный мониторинг параметров самопрезентации и образа руководителя, их коррекция.

Основные составляющие становления имиджа организации (реальный имидж, желаемый имидж, необходимый имидж). Этапы формирования имиджевой концепции организации, ее специфические характеристики. Специфика становления осязаемого и неосязаемого имиджа организации. Внешняя и внутренняя среда организации через призму формирования имиджа. Роль специалиста по связям с общественностью в создании имиджа организации. Место СМИ в формировании позитивного имиджа организации. Специфика формирования имиджа в бизнесструктурах, основные отличия от имиджа учреждений государственного сектора.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: аналитическая записка

Аналитическая записка – это развернутое и аргументированное изложение материала на основе анализа материала по проблеме или о явлении. В аналитической записке обязательно присутствует позиция аналитика: его выводы и рекомендации по проблеме / явлению.

1. Цели и задачи пресс-службы в современных условиях.
2. Особенности пресс-служб государственных структур (анализ на примере конкретной организации по выбору студента).
3. Пресс-службы некоммерческих организаций (анализ на примере конкретной организации по выбору студента).
4. Пресс-служба или пресс-секретарь – когда необходимы для организации.
5. Должностные обязанности пресс-секретаря: плюсы и минусы существующих инструкций.
6. Должностные обязанности специалиста по связям с общественностью: плюсы и минусы существующих инструкций.
7. Должностные обязанности журналиста: плюсы и минусы существующих инструкций.

Примерными критериями оценки являются:

- 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 1

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

1. Имидж лидера организации (на примере по выбору студента).
2. Имидж пресс-секретаря организации (организация по выбору студента).

Для сравнительного анализа надо взять две любые компании. Объем 3 – 5 страниц основного текста (14 пт, 1,5 интервал).

Примерными критериями оценки являются:

- 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.

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

РАЗДЕЛ 2. Юридические и социальные регуляторы деятельности пресс-службы

Цель: дать представление юридических и социальных регуляторов деятельности пресс-службы

Перечень изучаемых элементов содержания

Юридический аспект деятельности пресс-службы. Нормы международного права и отечественный опыт. Проблемы современного законодательства в области СМИ.

Экономический аспект свободы журналистики. Основные источники средств: государственная поддержка, финансовые субсидии владельца, реклама, спонсорство и т.д. Проблема экономической независимости.

Гражданская ответственность. Юридическая ответственность.

Этическая ответственность журналиста. Нормы профессиональной журналистской этики и этики специалистов в сфере рекламы и пиара. Основные этические кодексы.

Правовой статус сотрудника пресс-службы и работника СМИ. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действительности публикаций.

Правила отнесения информации к государственной тайне. Коммерческая и служебная тайна. Доступ к архивной информации. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан.

Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти. Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании.

Аккредитация журналистов. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.

Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа.

Роль пресс-службы в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: аналитическая записка

1. Законодательные основы работы пресс-службы.
2. Особенности регулирования деятельности пресс-служб государственных структур, проблемы государственной тайны (анализ на примере конкретной организации по выбору студента).
3. Государственная и коммерческая тайны: сравнение.
4. Аккредитация: правила, особенности.
5. Неюридические инструменты регулирования деятельности пресс-службы: профессиональная этика, экономические регуляторы и т.п.
6. Профессиональные этические кодексы пиар специалиста: сравнительный анализ.
7. Корпоративные этические кодексы.
8. Плюсы и минусы этических регуляторов.

Примерными критериями оценки являются:

- 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 2

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

Необходимо сравнить как отражается в законе и этике то или иное понятие.

Законодательство о СМИ включает в себя положения разных нормативно-правовых актов:

- Конституция РФ
- Закон «О СМИ»
- Закон «О рекламе»
- Закон «О государственной тайне»
- Закон «О коммерческой тайне»
- Гражданский кодекс РФ
- Уголовный кодекс РФ
- Закон «О выборах» и др.

Профессиональная этика журналиста включает в себя:

- Декларация принципов поведения журналистов
- Кодекс профессиональной этики российского журналиста
- Московская Хартия журналистов
- Кодексы этики отдельных редакций

Понятия для сравнения:

- Цензура
- Свобода слова и свобода печати
- Право аудитории на информацию
- Плагиат
- Авторское право
- Кто такой журналист
- На что имеет право журналист
- Кто такой редактор
- Отношения с источником информации
- Рекламирование продукции, товаров и услуг

Для сравнительного анализа надо взять два любых понятия. Формат текста – аналитическая записка. Объем 3 – 5 страниц основного текста (14 пт, 1,5 интервал).

Примерными критериями оценки являются:

- 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.

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

РАЗДЕЛ 3. Аналитическая работа пресс-службы

Цель: дать представление об аналитической работе специалистов пресс-службы

Перечень изучаемых элементов содержания

Специалист пресс-службы – аналитики, аналитики-обозреватель. Функции аналитика: отслеживание тенденций рынка, общественной реакции на те или иные события, проведение фокус-групп, постоянный социологический мониторинг, мониторинг СМИ и сети интернет. Подготовка на основе полученных материалов концепции и программы работы пресс-службы и развития организации.

Мониторинг материалов СМИ. Ключевые слова, спикеры, субъекты. Виды мониторинга: регулярный, первичный, конкурентный, тематический, репутационный и т.д. Специализированные службы, которые занимаются медиа-мониторингом (например, WPS, компания, «Медialogия» и др.), информационные агентства, (например, МИА Россия Сегодня, ИТАР ТАСС и др.), а также PR-агентства, которые предлагают такую услугу своим клиентам. Компании по мониторингу СМИ проводят поиск и фиксацию информации в СМИ по любым заданным критериям.

Контент-анализ – количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей; перевод текстовой информации в количественные показатели.

Контекстный анализ – определение преобладающего характера материалов и упоминаний заданных ключевых слов в контексте выявленных за отчетный период публикаций в определенном массиве СМИ.

Критический анализ медиатекстов: выявление и рассмотрение содержания эпизодов, с максимальной яркостью воплощающих закономерности произведения в целом; анализ логики авторского мышления; определение авторской концепции и обоснование личного отношения к той или иной позиции создателей.

Статистический анализ – технический подсчет частоты упоминания заданных ключевых слов.

Авторский анализ – создание поименного списка авторов, освещающих в заданных изданиях интересующие темы.

Экспресс-анализ – количественный подсчет содержательных элементов текста (факт, конфликт, аргумент, тема, обобщение), а также учёт качественных характеристик публикаций (соответствие цели, информативность, актуальность, доказательность, конструктивность). Как и при контент-анализе, эти характеристики текста кодируются, обозначаются определённой цифрой и затем при чтении текста исследователь их фиксирует.

Анализ медиа-образа компании – анализ основных черт медиа-образа компании и (или) ее первого лица, а также рекомендации по его коррекции. Содержит готовые рецепты для пресс-службы компании по наиболее эффективным стратегическим и тактическим шагам в сфере медиа-активности.

Психологический медиа-портрет – углубленный анализ проблем, связанных с формированием имиджа первого лица компании. Является своеобразным готовым тренингом для первого лица компании и позволяет оперативно скорректировать его публичное поведение.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: аналитическая записка

Аналитическая записка к разделу 4 состоит из 2 частей. Первая – анализ СМИ, которые могут освещать выбранную тему. Первая часть – список с кратким обоснованием выбора именно этого СМИ. Список СМИ должен содержать не менее 10 наименования, включая печатные и электронные СМИ.

Примерный перечень организаций:

1. Заведения системы высшего образования (вуз по выбору студента).
2. Проблемы высшего образования.
3. Проблемы среднего профессионального образования.
4. Проблемы дополнительного образования.
5. Проблемы благотворительности.
6. Благотворительные фонды (по выбору студента).
7. Социальная поддержка инвалидов и лиц с ОВЗ.
8. Социальная поддержка детей – сирот.
9. Проблемы социальной сферы жизни общества (по выбору студента).
10. Государственные корпорации (по выбору студента).
11. Система здравоохранения (организация по выбору студента).
12. Организации сферы культуры и искусства (по выбору студента).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

Вторая часть – это анализ материалов СМИ на выбранную тему, указываются конкретные материалы. Метод анализа СМИ – контент – анализ. Это продолжение практического задания.

Примерными критериями оценки являются:

- 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.

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

РАЗДЕЛ 4. Структура современной пресс-службы

Цель: *дать представление о направлениях деятельности пресс-службы и структуре пресс-службы*

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов.

Руководитель пресс-службы, его обязанности. Заместители по направлениям деятельности подразделения:

- взаимодействие с редакциями и журналистами, проведение аккредитации, организация пресс-конференций, подготовка материалов для корреспондентов
- мониторинг текущей печатной и электронной периодики, составление дайджестов и первичный анализ публикаций
- ведение досье по отдельным проблемам и персоналиям с целью обеспечения информацией как самого ведомства, прежде всего руководства, так и журналистов
- в отдельных пресс-службах - организация работы теле- и радиостудий, создающих собственные программы.

Двойственное положение сотрудников пресс-служб - должны быть адаптированы и к профессиональной среде служащих, и к профессиональной среде журналистов.

Должности сотрудников пресс-службы: руководитель пресс-службы, специалисты по направлениям работы, журналист, аналитик и т.п. Варианты структуры пресс-службы в зависимости от размера организации, наличие собственных штатных корреспондентов, операторов, киностудий и т.п.

Начало работы со СМИ: составление пула СМИ и пула журналистов. Правила составления пула СМИ. Отбор СМИ по профилю. Работа с узкоспециализированными СМИ. Составление пула лояльных журналистов.

Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих. Система оповещения и приглашения журналистов. Электронные списки рассылки. Анонсирующие пресс-релизы. Регистрация. Распределение обязанностей участников пресс-конференции. Регламент. Средства визуализации информации. Подготовка и раздача информационных материалов. Роль пресс-секретаря в ходе пресс-конференции. Рекомендации ньюсмейкеру. Завершающий этап пресс-конференции. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия. Отчеты сотрудников как форма накопления опыта.

Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.

Типовая структура пресс-тура. Содержание информационного письма-приглашения. Встреча журналистов, размещение, инструктивное совещание. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов. Встречи с влиятельными лицами. Питание, вечерний досуг, культурная программа. Заключительная встреча, подведение итогов поездки.

Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях. Годовое собрание акционеров. «Круглый стол» как способ продвижения информации. Итоговые совещания в органах государственной власти и местного самоуправления. Роль пресс-конференции в структуре презентации. Клубный вечер.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: блок-схема

Блок-схема – это визуальное представление теоретического материала с описанием. Возможно выполнение задания по принципу построения ментальных карт.

В блок-схеме студент раскрывает структура пресс-службы, указывает отношения, существующие внутри пресс-службы, обязанности сотрудников.

1. Заведения системы высшего образования (вуз по выбору студента).
2. Проблемы благотворительности.
3. Благотворительные фонды (по выбору студента).
4. Государственные корпорации (по выбору студента).
5. Система здравоохранения (организация по выбору студента).
6. Организации сферы культуры и искусства (по выбору студента).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

Аналитическая записка – это развернутое и аргументированное изложение материала на основе анализа материала по проблеме или о явлении. В аналитической записке обязательно присутствует позиция аналитика: его выводы и рекомендации по проблеме / явлению.

Аналитическая записка– анализ актуальности выбранного мероприятия для различных СМИ. Необходимо проанализировать, описать и обосновать, какие мероприятия можно организовывать для привлечения СМИ к своему мероприятию, какие СМИ и почему посетят указанное мероприятие. Мероприятие для СМИ – один из элементов итогового проекта студента по дисциплине и/или проекта для выпускного квалификационного исследования.

1. Серия пресс-конференций в рамках проекта (проект по выбору студента).
2. Брифинги и их роль в освещении мероприятий.
3. Пресс-тур в рамках проекта (проект по выбору студента).
4. Пресс-завтраки и их эффективность.
5. Дополнительные мероприятия для СМИ (по выбору студента)

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>

		<p>членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>	
ОПК-1	<p>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</p>	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ОПК-2	<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>	<p>Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ОПК-4	<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. (общий по УГСН) Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p>Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ОПК-5	<p>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</p>	<p>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 журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ОПК-7	<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия</p>	<p>Этап формирования</p>

	деятельности, следуя принципам социальной ответственности	профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
-----------------	--------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------

<p>УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК 1; ПК-5</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: 8-9 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: 6-8 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: 0-6 баллов.</p>
<p>УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-5</p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: 9-10 баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: 8-9 баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют</p>
<p>УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-5</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные</i></p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют</p>

		<i>ситуации и т.д.)</i> Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	логические выводы и заключения к решению:6-8 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания:0-6 баллов.
--	--	--	---

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики.
2. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации.
3. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов.
4. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.
5. Должностные обязанности сотрудников.
6. Требования к сотрудникам пресс-службы. Смежные виды деятельности.
7. Юридический аспект деятельности пресс-службы.
8. Нормы международного права и отечественный опыт. Проблемы современного законодательства в области СМИ.
9. Экономический аспект свободы журналистики.
10. Основные источники средств: государственная поддержка, финансовые субсидии владельца, реклама, спонсорство и т.д. Проблема экономической независимости.
11. Гражданская ответственность.
12. Юридическая ответственность.
13. Этическая ответственность журналиста.
14. Нормы профессиональной журналистской этики и этики специалистов в сфере рекламы и пиара. Основные этические кодексы.
15. Правовой статус сотрудника пресс-службы и работника СМИ.
16. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действительности публикаций.
17. Правила отнесения информации к государственной тайне.

18. Коммерческая и служебная тайна.
19. Доступ к архивной информации.
20. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан.
21. Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти.
22. Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании.
23. Аккредитация журналистов.
24. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.
25. Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа.
26. Роль пресс-службы в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации.
27. Понятия и основные характеристики имиджа.
28. Основные каналы восприятия имиджа (визуальный, вербальный, событийный, контекстный). Два главных направления создания имиджа (описательный и оценочный).
29. Компоненты структуры имиджа, возможность их применения в формировании практических моделей имиджмейкинга.
30. Место СМИ в деятельности профессионального имиджмейкера.
31. Специфика профессионального формирования имиджа личности.
32. Анализ личностно – психологических параметров руководителя. Профессиональный мониторинг параметров самопрезентации и образа руководителя, их коррекция.
33. Основные составляющие становления имиджа организации (реальный имидж, желаемый имидж, необходимый имидж).
34. Этапы формирования имиджевой концепции организации, ее специфические характеристики. Специфика становления осязаемого и неосязаемого имиджа организации.
35. Внешняя и внутренняя среда организации через призму формирования имиджа. Роль специалиста по связям с общественностью в создании имиджа организации. Место СМИ в формировании позитивного имиджа организации.
36. Специфика формирования имиджа в бизнесструктурах, основные отличия от имиджа учреждений государственного сектора.
37. Специалист пресс-службы – аналитики, аналитики-обозреватель.
38. Функции аналитика: отслеживание тенденций рынка, общественной реакции на те или иные события, проведение фокус-групп, постоянный социологический мониторинг, мониторинг СМИ и сети интернет.
39. Подготовка на основе полученных материалов концепции и программы работы пресс-службы и развития организации.
40. Мониторинг материалов СМИ. Ключевые слова, спикеры, субъекты.
41. Виды мониторинга: регулярный, первичный, конкурентный, тематический, репутационный и т.д. Специализированные службы, которые занимаются медиа-мониторингом (например, WPS, компания, «Медialogия» и др.), информационные агентства, (например, МИА Россия Сегодня, ИТАР ТАСС и др.), а также PR-агентства, которые предлагают такую услугу своим клиентам.
42. Компании по мониторингу СМИ проводят поиск и фиксацию информации в СМИ по любым заданным критериям.
43. Контент-анализ.
44. Контекстный анализ.
45. Критический анализ медиатекстов.
46. Статистический анализ.
47. Авторский анализ.

48. Экспресс-анализ.
49. Анализ медиа-образа компании.
50. Психологический медиа-портрет.
51. Основные направления деятельности: информационное обеспечение.
52. Руководитель пресс-службы, его обязанности. Заместители по направлениям деятельности подразделения.
53. Двойственное положение сотрудников пресс-служб - должны быть адаптированы и к профессиональной среде служащих, и к профессиональной среде журналистов.
54. Должности сотрудников пресс-службы: руководитель пресс-службы, специалисты по направлениям работы, журналист, аналитик и т.п.
55. Варианты структуры пресс-службы в зависимости от размера организации, наличие собственных штатных корреспондентов, операторов, киностудий и т.п.
56. Начало работы со СМИ: составление пула СМИ и пула журналистов.
57. Правила составления пула СМИ.
58. Отбор СМИ по профилю. Работа с узкоспециализированными СМИ. Составление пула лояльных журналистов.
59. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
60. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих.
61. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия. Отчеты сотрудников как форма накопления опыта.
62. Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
63. Типовая структура пресс-тура.
64. Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях. Годовое собрание акционеров. «Круглый стол» как способ продвижения информации. Итоговые совещания в органах государственной власти и местного самоуправления. Роль пресс-конференции в структуре презентации. Клубный вечер.
65. Мероприятия, ориентированные на смешанные целевые группы и осуществляемые по жестким сценарным планам.
66. Презентация.
67. Запуск объекта.
68. Профессиональные праздники/юбилеи.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины «История журналистики»

5.1.1. Основная литература

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457060>.
2. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447084>.

5.1.2. Дополнительная литература

3. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
4. Катаев, Ф.А. Интернет-инструментарий в работе пресс-службы ВУЗа: создание контента, продвижение, аналитика охвата аудитории : выпускная квалификационная работа магистра / Ф.А. Катаев ; Пермский государственный национальный исследовательский университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики и массовых коммуникаций. – Пермь : , 2018. – 73 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491742>. – Текст : электронный.
5. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009>.
6. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>.

7. Ульбашев, А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : учебник для вузов / А. Х. Ульбашев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10581-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456561>.
8. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451643>.
9. **5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ

9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ
----	-------------------------------------	--------------------------------	--

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины «Современная пресс-служба» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной

работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа 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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online

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

Для изучения дисциплины «**Современная пресс-служба**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** 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 «**Современная пресс-служба**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «**Современная пресс-служба**» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме **указать** деловых и ролевых игр (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «**Современная пресс-служба**» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «**Современная пресс-служба**» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «**Современная пресс-служба**» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с

направленностью, реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

И.В. Романов

27 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «*Поведение потребителей*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе:
к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.
Руководитель основной образовательной программы

(подпись)

М.В. Гундарин

к.филол.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание

И.О.Фамилия

к.псих.н.

(подпись)

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп

(подпись)

И.Е. Ниесов

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

И.О.Фамилия

А.А.Сафронов

Консалтинговая группа «Орга»,

Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О. Фамилия

И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине.....	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.6. Образовательные технологии.....	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Поведение потребителей» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о потребительских решениях в процессе покупки и потребления товара с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков управления покупательским поведением.

Задачи учебной дисциплины:

1. знать модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке, факторы, влияющие на поведение потребителя;
2. знать специфику принятия потребительских решений при покупке новых товаров, услуг, а также при покупках в Интернете;
3. уметь выявлять важнейшие факторы, оказывающие влияние на потребителей в различных ситуациях покупки;
4. овладеть навыками составления рекламных и PR-обращений для стимулирования продаж с целью управления поведением потребителей;
5. сформировать представление об особенностях делового рынка и покупательского поведения организаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Поведение потребителей» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Поведение потребителей» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Социология;
- Экономика;
- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций;
- Креативные технологии и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Маркетинговые исследования;
- Личные продажи;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-2, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной

образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
ОПК1	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 создание медиатекстов ОПК1.2 востребованные обществом и индустрией медиатексты ОПК1.3 использование различных знаковых систем для создания медиатекста	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК2.2 разностороннее освещение социальных тенденций в создаваемых медиатекстах. ОПК3.3. Оценки результатов коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий

ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Поведение потребителей», изучаемой при очной форме обучения в 4 семестре, при заочной форме обучения - в 3, 4 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40				
Учебные занятия лекционного типа	16	16				
Практические занятия	24	24				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68				
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144				

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3	4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	12	4			
Учебные занятия лекционного типа	8	6	2			
Практические занятия	8	6	2			
Лабораторные занятия	0	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	119	96	23			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9		экзамен 9			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	108	36			

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 4							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	27	17	10	4	6	0	0

Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	27	17	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Ситуационные факторы и управление поведением потребителей	27	17	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Принятие решения о покупках в сети Интернет и организационное покупательское поведение	27	17	10	4	6	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	144	68	40	16	24	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	68	40	16	24	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 3							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							

Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Ситуационные факторы и управление поведением потребителей	36	32	4	2	2	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	96	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации							
Ссеместр 4							
Раздел 4. Принятие решения о покупках в сети Интернет и организационное покупательское поведение	27	23	4	2	2	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	9						
Общий объем, часов	36	23	4	2	2	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	119	16	8	8	0	0

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всег	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	------	---

	0	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 3. Ситуационные факторы и управление поведением потребителей	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Принятие решения о покупках в сети Интернет и организационное покупательское поведение	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по семестру, часов	68	28		32		8	
Общий объем по дисциплине, часов	68	28		32		8	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 3							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 3. Ситуационные факторы и управление поведением потребителей	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Общий объем по семестру, часов	96	45		45		6	
Семестр 4							
Раздел 4. Принятие решения о покупках в сети Интернет и организационное покупательское	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	Ситуационное задание	2	Компьютерное тестирование

поведение							
Общий объем по семестру, часов	23	10		11		2	
Общий объем по дисциплине, часов	119	55		56		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

РАЗДЕЛ 3. СИТУАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ И УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

РАЗДЕЛ 4. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКАХ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Поведение потребителей» является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты (или) медиaproдукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,	Знать: правила создания медиатекстов, медиaproдуктов и коммуникационных продуктов.	Этап формирования знаний
		Уметь: создавать медиатексты, медиaproдукты и коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков.	Этап формирования умений

	особенностями иных знаковых систем.	Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекстов.	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов.	Этап формирования знаний
		Уметь: освещать деятельность общественных и государственных институтов в медиа.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов для освещения текущей деятельности и перспектив развития различных общественных и государственных институтов.	Этап формирования навыков и получения опыта

ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	<p>Знать: принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Уметь: использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками разработки и распространения медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>

		социальной ответственности.	
--	--	-----------------------------	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ОПК-1; ОПК-2; ПК-2; ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ОПК-1; ОПК-2; ПК-2; ПК-4	Этап формирования умений	Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные</i>)	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание

		<p><i>ситуации и т.д.)</i></p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
ОПК-1; ОПК-2; ПК-2; ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задание для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине «Поведение потребителей» предусматривает защиту маркетингового исследования.

Тема: исследование процесса принятия решения о покупке.

Объект исследования: товар или услуга (выбирается обучающимся).

Метод исследования: анкетный Интернет-опрос.

Выборка: 100 - 200 респондентов.

Форма представления результатов исследования: отчет в объеме 12 - 15 страниц.

Процедура защиты:

Защита маркетингового исследования проводится в форме доклада обучающегося по результатам исследовательской работы. Продолжительность доклада составляет 5 - 6 мин. В процессе чтения доклада студент с помощью компьютера и видеопроектора демонстрирует электронную презентацию исследования, которая предварительно создается по материалам отчета. После доклада обучающийся отвечает на вопросы преподавателя по теме проведенного исследования.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450344> (дата обращения: 17.11.2021)..
Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472340> (дата обращения: 17.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477475> (дата обращения: 17.11.2021)..

Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / В. Т. Иванов [и др.] ; под научной редакцией В. Т. Иванова, А. А. Соколовского. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12438-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475273> (дата обращения: 17.11.2021).

Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844> (дата обращения: 17.11.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работ
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com/ 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Поведение потребителей» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается

преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

1.

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная	Поиск по рефератам и полным	http://elibrary.ru/

	библиотека eLIBRARY.ru	текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Поведение потребителей*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными

аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины *«Поведение потребителей»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные и творческие задания, деловые игры, исследовательские и организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Поведение потребителей»* предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

 УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В.Романов
28 мая 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Медиа-релейшнз

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность
Современные социальные коммуникации

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «**Медиа-релейшнз** » разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Бородянская Е.А..
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

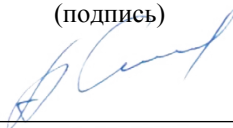


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i>	5
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	10
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	28
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	28
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	28
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	30
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	31
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	36
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	37
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	37
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	38
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	40
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	28
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	29
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	44

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о роли и месте медиа-релейшнз (МР) в системе организации коммуникаций, а так же о технологиях работы современных пресс-служб коммерческих, государственных и некоммерческих организаций, с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков.

Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить с принципами функционирования МР
2. Изучить ключевые инструменты работы системы МР
3. Изучить организацию и управлению процессом МР
4. Дать представление о тенденциях в системе внутренних и внешних коммуникаций

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Медиа-релейшнз» реализуется в базовой части в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Медиа-релейшнз» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Профессиональные творческие студии», «Психотехнологии коммуникативного менеджмента»,

Изучение дисциплины «Релейшнз» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Копирайтинг», «Современная пресс-служба», а также для всех видов учебной и производственной практики.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих, **обще профессиональных и профессиональных** компетенций: ПК-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория общепрофессиональных компетенций	Код общепрофессиональной компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты занятия
Продвиге	ПК-2	Спо	ПК2.1 Знать:	Знать

<p>ние социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>		<p>собирать свою профессиональную деятельность носителя на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>специфику разных типов ценностей Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт в части продвижения социальных ценностей Владеть Технологиями авторской деятельности в области создания коммуникационного продукта</p>
--	--	--	--	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего	Семестры
--------------------	-------	----------

	часов				
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС	0	0			
Иная контактная работа	32	32			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	72	72			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	0			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4		
Практические занятия	8	4	4		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	16	8	8		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	108	56	52		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4		4		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144				

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							Иная контактная работа
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Семестр 7								
Раздел 1	27	9	18	4	6			8
Раздел 2	27	9	18	4	6			8
Раздел 3	27	9	18	4	6			8
Раздел 4	27	9	18	4	6			8
Контроль промежуточной аттестации (час)	36							
Общий объем, часов	144	36	68	16	24			32
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							Иная контактная работа
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Курсы 1 и 2								
Раздел 1	27	25	8	2	2			4
Раздел 2	27	26	8	2	2			4
Раздел 3	27	26	8	2	2			4
Раздел 4	27	26	8	2	2			4
Контроль промежуточной аттестации (час)	9							
Общий объем, часов	144	103	32	8	8			32

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 7							
Раздел 1	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Аналитическая записка	4	Аналитическая записка
Раздел 2	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Аналитическая записка	4	Аналитическая записка
Раздел 3	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Аналитическая записка	4	Аналитическая записка
Раздел 4	27	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Блок-схема	4	Аналитическая записка
Общий объем по модулю/семестру, часов	108	68		20		16	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий,	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Курс 2							
Раздел 1	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 2	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 3	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 4	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Блок-схема	10	Аналитическая записка
Общий объем по модулю/семестру, часов	119	32		63		40	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы МР

Цель: сформировать представление о целях и задачах работы пресс-службы

СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб. Типология СМИ. Общественно значимые функции современной журналистики. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления. СМИ как четвертая власть. Кто такие журналисты: портрет личности. Свобода слова и свобода информации. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике. Журналистские жанры.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: аналитическая записка по предложенной проблематике

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

РАЗДЕЛ 2.. Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами.

Понятие и основные функции медиарилейшнз. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы. Создание журналистского пула/базы журналистов. Принципы взаимодействия с журналистами. Аналитическое направление деятельности. Креативное и организационное направления деятельности. Оценка эффективности медиарилейшнз. Юридические и социальные регуляторы деятельности пресс-службы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: аналитическая записка

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

РАЗДЕЛ 3. Инструментарий MR-специалиста.

Мероприятия для журналистов. Отношения со СМИ посредством Интернета. Работа с блоггерами. Аналитическая работа пресс-службы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: аналитическая записка

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

РАЗДЕЛ 4.. Как создавать PR-тексты для СМИ.

Структура журналистского текста. PR-документы в отношениях со СМИ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: блок-схема взаимодействия с медиа

Блок-схема – это визуальное представление теоретического материала с описанием. Возможно выполнение задания по принципу построения ментальных карт.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля – аналитическая записка.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать специфику разных типов ценностей</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт в части продвижения социальных ценностей</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области создания коммуникационного продукта</p>

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания

ПК-2	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: 8-9 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: 6-8 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: 0-6 баллов.</p>
ПК-2	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: 8-9 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют</p>
ПК-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные</i></p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют</p>

		<i>ситуации и т.д.)</i> Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	логические выводы и заключения к решению:6-8 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания:0-6 баллов.
--	--	--	---

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Что является Важным условием эффективности медиарилейшнз? Почему?
2. В чем разница в подходах журналиста и PR-специалиста к целям, аудитории и каналам распространения информации?
3. Какими знаниями в отношении СМИ должен обладать PR-специалист? Какие барьеры на пути к публикации информации существуют?
4. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы. Создание журналистского пула/базы журналистов..
5. Понятия и основные характеристики медиа-имиджа.
6. Основные каналы восприятия имиджа (визуальный, вербальный, событийный, контекстный). Два главных направления создания имиджа (описательный и оценочный).
7. Компоненты структуры имиджа, возможность их применения в формировании практических моделей имиджмейкинга.
8. Место СМИ в деятельности профессионального имиджмейкера.
9. Специфика профессионального формирования имиджа личности.
10. Анализ личностно – психологических параметров руководителя. Профессиональный мониторинг параметров самопрезентации и образа руководителя, их коррекция.
11. Основные составляющие становления имиджа организации (реальный имидж, желаемый имидж, необходимый имидж).
12. Этапы формирования имиджевой концепции организации, ее специфические характеристики. Специфика становления осязаемого и неосязаемого имиджа организации.
13. Внешняя и внутренняя среда организации через призму формирования имиджа. Роль специалиста по связям с общественностью в создании имиджа организации. Место СМИ в формировании позитивного имиджа организации.
14. Специфика формирования имиджа в бизнесструктурах, основные отличия от имиджа учреждений государственного сектора.
15. Специалист пресс-службы – аналитики, аналитики-обозреватель.

16. Функции аналитика: отслеживание тенденций рынка, общественной реакции на те или иные события, проведение фокус-групп, постоянный социологический мониторинг, мониторинг СМИ и сети интернет.
17. Мониторинг материалов СМИ. Ключевые слова, спикеры, субъекты.
18. Виды мониторинга: регулярный, первичный, конкурентный, тематический, репутационный и т.д. Специализированные службы, которые занимаются медиа-мониторингом (например, WPS, компания, «Медиалогия» и др.), информационные агентства, (например, МИА Россия Сегодня, ИТАР ТАСС и др.), а также PR-агентства, которые предлагают такую услугу своим клиентам.
19. Компании по мониторингу СМИ проводят поиск и фиксацию информации в СМИ по любым заданным критериям.
20. Контент-анализ.
21. Контекстный анализ.
22. Критический анализ медиатекстов.
23. Статистический анализ.
24. Авторский анализ.
25. Экспресс-анализ.
26. Анализ медиа-образа компании.
27. Психологический медиа-портрет.
28. Варианты структуры пресс-службы в зависимости от размера организации, наличие собственных штатных корреспондентов, операторов, киностудий и т.п.
29. Начало работы со СМИ: составление пула СМИ и пула журналистов.
30. Правила составления пула СМИ.
31. Отбор СМИ по профилю. Работа с узкоспециализированными СМИ. Составление пула лояльных журналистов.
32. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
33. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих.
34. Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
35. Типовая структура пресс-тура.
36. Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях. Годовое собрание акционеров. «Круглый стол» как способ продвижения информации. Итоговые совещания в органах государственной власти и местного самоуправления. Роль пресс-конференции в структуре презентации. Клубный вечер.
37. Мероприятия, ориентированные на смешанные целевые группы и осуществляемые по жестким сценарным планам.
38. Презентация.
39. Запуск объекта.
40. Профессиональные праздники/юбилеи.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости

обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины «История журналистики»

5.1.1. Основная литература

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457060>.
2. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447084>.

5.1.2. Дополнительная литература

3. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
4. Катаев, Ф.А. Интернет-инструментарий в работе пресс-службы ВУЗа: создание контента, продвижение, аналитика охвата аудитории : выпускная квалификационная работа магистра / Ф.А. Катаев ; Пермский государственный национальный исследовательский университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики и массовых коммуникаций. – Пермь : , 2018. – 73 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491742>. – Текст : электронный.
5. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009>.

6. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>.
7. Ульбашев, А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : учебник для вузов / А. Х. Ульбашев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10581-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456561>.
8. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451643>.
9. **5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания	http://webofknowledge.com 100% доступ

	индекса научного цитирования "Web of Science"	цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины «Современная пресс-служба» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа 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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC

5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров

			в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины «**Медиа-релейшнз**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «**Медиа-релейшнз**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме **указать** деловых и ролевых игр (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью, реализуемой основной

профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

И.В. Романов

27 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы стимулирования сбыта

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Методы стимулирования сбыта» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе:
к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.
Руководитель основной образовательной программы



И

(подпись)

М.В. Гундарин

к.филол.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание



И.О.Фамилия

к.псих.н.

(подпись)

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп

(подпись)

И.Е. Ниесов

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



И.О.Фамилия

А.А.Сафронов

Консалтинговая группа «Орга»,

Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О. Фамилия

И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине.....	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.6. Образовательные технологии.....	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Методы стимулирования сбыта» заключается в получении обучающимися знаний о стимулировании сбыта как цепи потребительских решениях в процессе покупки и потребления товара с их последующим применением в профессиональной сфере, а также формировании практических навыков управления покупательским поведением.

Задачи учебной дисциплины:

1. знать модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке, факторы, влияющие на поведение потребителя;
2. знать специфику принятия потребительских решений при покупке новых товаров, услуг, а также при покупках в Интернете;
3. уметь выявлять важнейшие факторы, оказывающие влияние на потребителей в различных ситуациях покупки;
4. овладеть навыками составления рекламных и PR-обращений для стимулирования продаж с целью управления сбытом;
5. сформировать представление об особенностях стимулирования сбыта как совокупности решений и мероприятий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Методы стимулирования сбыта» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Методы стимулирования сбыта» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Социология;
- Экономика;
- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций;
- Креативные технологии и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Маркетинговые исследования;
- Личные продажи;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОПК-1, ОПК-2, ПК-2, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты занятия
ОПК1	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 создание медиатекстов ОПК1.2 востребованные обществом и индустрией медиатексты ОПК1.3 использование различных знаковых систем для создания медиатекста	Знать: правила создания медиатекстов Уметь: создавать медиатексты Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекста
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК2.1. тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК2.2 разностороннее освещение социальных тенденций в создаваемых медиатекстах. ОПК3.3. Оценки результатов коммуникационных действий	Знать: правила мониторинга и отбора актуальной информации Уметь ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий Владеть технологиями оценки результатов коммуникационных действий

ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Методы стимулирования сбыта», изучаемой при очной форме обучения в 6 семестре, при заочной форме обучения - на 4 курсе, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	6
--------------------	-------------	---

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40
Учебные занятия лекционного типа	16	16
Практические занятия	24	24
Лабораторные занятия	0	0
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16
Учебные занятия лекционного типа	8
Практические занятия	8
Лабораторные занятия	0
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0
Самостоятельная работа обучающихся, всего	119
Контроль промежуточной аттестации (час)	9
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 4							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	27	17	10	4	6	0	0

Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	27	17	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Ситуационные факторы и управление поведением потребителей	27	17	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	144	68	40	16	24	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	68	40	16	24	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 3							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3.	36	32	4	2	2	0	0

Ситуационные факторы и управление поведением потребителей								
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
Контроль промежуточной аттестации (час)	0							
Общий объем, часов	108	96	12	6	6	0	0	
Форма промежуточной аттестации								
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	119	16	8	8	0	0	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 3. Ситуационные факторы и	17	7	Подготовка к лекционным и практическим	8	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа

управление поведением потребителей			занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС				
Общий объем по семестру, часов	68	28		32		8	
Общий объем по дисциплине, часов	68	28		32		8	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 3							
Раздел 1. Модель покупательского поведения и принятие решения о покупке	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 3. Ситуационные факторы и управление поведением потребителей	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Общий объем по семестру, часов	96	45		45		6	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ В СИСТЕМЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА

РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА

РАЗДЕЛ 3. СИТУАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ И УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Методы стимулирования сбыта» является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты (или) медиaproдукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Знать: правила создания медиатекстов, медиaproдуктов и коммуникационных продуктов.	Этап формирования знаний
		Уметь: создавать медиатексты, медиaproдукты и коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками использования различных знаковых систем для создания медиатекстов.	Этап формирования навыков и получения опыта

ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиaproдуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов.	Этап формирования знаний
		Уметь: освещать деятельность общественных и государственных институтов в медиа.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками создания медиатекстов, медиaproдуктов и коммуникационных продуктов для освещения текущей деятельности и перспектив развития различных общественных и государственных институтов.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен строить свою	Знать: принципы открытости,	Этап формирования знаний

		доверия и корпоративной социальной ответственности.	
	профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	Уметь: использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки и распространения медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ОПК-1; ОПК-2; ПК-2; ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно

			<p>применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ОПК-1; ОПК-2; ПК-2; ПК-4	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению</p>
ОПК-1; ОПК-2; ПК-2; ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий,</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению</p>

		самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	задания: [0-6] баллов.
--	--	---	---------------------------

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задание для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине «Методы стимулирования сбыта» предусматривает защиту маркетингового исследования.

Тема: исследование процесса принятия решения о покупке.

Объект исследования: товар или услуга (выбирается обучающимся).

Метод исследования: анкетный Интернет-опрос.

Выборка: 100 - 200 респондентов.

Форма представления результатов исследования: отчет в объеме 12 - 15 страниц.

Процедура защиты:

Защита маркетингового исследования проводится в форме доклада обучающегося по результатам исследовательской работы. Продолжительность доклада составляет 5 - 6 мин. В процессе чтения доклада студент с помощью компьютера и видеопроектора демонстрирует электронную презентацию исследования, которая предварительно создается по материалам отчета. После доклада обучающийся отвечает на вопросы преподавателя по теме проведенного исследования.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 410 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450344> (дата обращения: 17.11.2021)..

Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472340> (дата обращения: 17.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477475> (дата обращения: 17.11.2021)..

Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / В. Т. Иванов [и др.] ; под научной редакцией В. Т. Иванова, А. А. Соколовского. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12438-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475273> (дата обращения: 17.11.2021).

Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844> (дата обращения: 17.11.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работ
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и	http://e.lanbook.com/ 100% доступ

		электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.co 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Методы стимулирования сбыта» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;...
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

1.

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки

			Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Методы стимулирования сбыта*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «*Методы стимулирования сбыта*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные и творческие задания, деловые игры, исследовательские и организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Методы стимулирования сбыта*» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В. Романов

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии брендинга

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Маркетинговые коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

**Квалификация
*Бакалавр***

**Форма обучения
*Очная
Заочная***

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии брендинга» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы



(подпись)

И.О. Фамилия
М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от 28 мая 2020 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание



(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



(подпись)


И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп

И.Е. Ниесов

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



(подпись)

И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

Консалтинговая группа «Орта»,

Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор

И.О. Фамилия

И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине.....	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.6. Образовательные технологии.....	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Технологии брендинга» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах брендинга, как важнейшей части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать основные средства, принципы и методы брендинга.
2. Сформировать представление о процессе и системе управления маркетингом.
3. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
4. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами.
5. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
6. Уметь разрабатывать комплекс брендинга для потребительских товаров.
7. Приобрести первичные навыки разработки условий бренд-мероприятий в области личной продажи, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Технологии брендинга» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Технологии брендинга» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Брендинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;

- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональные	ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыт в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии брендинга», изучаемой при очной форме обучения в 3 семестре, при заочной форме обучения - в 2, 3 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	3		

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	12	4			
Учебные занятия лекционного типа	8	6	2			
Практические занятия	8	6	2			
Лабораторные занятия	0	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	119	96	23			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9		экзамен 9			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	108	36			

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 3							
Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда	27	17	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	27	17	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	27	17	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Брендинговые коммуникации	27	17	10	4	6	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							

Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	144	68	40	16	24	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	68	40	16	24	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 2							
Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	36	32	4	2	2	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	96	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации							
Семестр 3							
Раздел 4.	27	23	4	2	2	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							

Контроль промежуточной аттестации (час)	9							
Общий объем, часов	36	23	4	2	2	0	0	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	119	16	8	8	0	0	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 3							
Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Брендинговые коммуникации	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческое задание	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по семестру, часов	68	28		32		8	
Общий объем по дисциплине, часов	68	28		32		8	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 2							
Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Общий объем по семестру, часов	96	45		45		6	
Семестр 3							
Раздел 4. Брендинговые коммуникации	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

Общий объем по семестру, часов	23	10		11		2	
Общий объем по дисциплине, часов	119	55		56		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БРЕНДИНГА. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

РАЗДЕЛ 2. БРЕНДИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА

РАЗДЕЛ 3. ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА

РАЗДЕЛ 4. БРЕНДИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Технологии брендинга» является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.	Этап формирования знаний
		Уметь: применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных	Этап формирования навыков и получения опыта

		типах СМИ и других медиа.	
--	--	---------------------------	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>

ПК-2	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9] баллов;</p>
ПК-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1 Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления:

методы и принципы управления брендами.

2 Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика.

3 Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке.

- 4 Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции.
- 5 Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».
- 6 Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов.
- 7 Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей.
- 8 Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда
- 9 Разработка имени бренда: основные принципы и методы.
- 10 Разработка визуальной идентичности бренда.
- 11 Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру.
- 12 Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории.
- 13 Описание основных атрибутов бренда.
- 14 Создание анатомии бренда.
- 15 В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда.
- 16 Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем.
- 17 Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок.
- 18 Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда».
- 19 Создание концепции бренда и концепции продукта.
- 20 Концепция позиционирования. Формула позиционирования.
- 21 Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда.
- 22 Принципы позиционирования брендов.
- 23 Методы измерения степени приверженности к бренду.
- 24 Изучение развития бренда на рынке: модели и методы экономического прогнозирования.
- 25 Создание архитектуры бренда.
- 26 Основные стратегии (уровни) брендинга. Корпоративные бренды. Дом брендов. Брендовый дом.
- 27 Стратегическое расширение брендов. Достоинства и недостатки расширения бренда.
- 28 Стратегическое развитие портфеля брендов: принципы и стратегические направления. Ценовой фактор в стратегическом расширении брендов.
- 29 Формирование структуры брендового портфеля: разработка архитектуры брендов, развитие суббрендов.
- 30 Оптимизация портфеля брендов.
- 31 Анализ стратегических возможностей брендов: стратегические роли брендов

в портфеле.

32 Разработка коммуникационной стратегии бренда.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 17.11.2021).
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478126> (дата обращения: 17.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426253> (дата обращения: 17.11.2021).
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468956> (дата обращения: 18.11.2021).
3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844> (дата обращения: 17.11.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

NN	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
2	Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
3	Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
4	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
5	Электронные	Интернет-ресурсы	http://gigabaza.ru/doc/131454.html

	библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	100% доступ
--	--	--	-------------

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Технологии брендинга» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время передать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС	Электронно-библиотечная система,	http://biblioclub.ru/

	«Университетская библиотека онлайн»	электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Технологии брендинга» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «Технологии брендинга» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные, расчетно-графические и творческие задания, деловые игры, исследовательские и организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

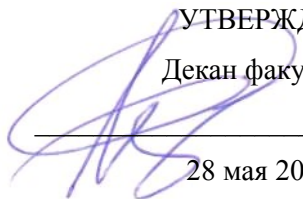
В рамках учебной дисциплины «Технологии брендинга» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

_____ Романов И.В.
28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Спонсорство и фандрайзинг

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от «27» мая 2021 года
Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

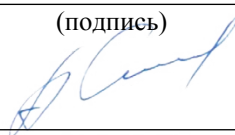


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

Согласовано

Научная библиотека, директор

(подпись)



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности спонсорства и фандрайзинга с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов фандрайзинга;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях фандрайзинга;
4. приобретение навыков внедрения стандартов спонсорства и фандрайзинга в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Спонсорство и фандрайзинг» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

ПК-4

ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Профессионал	ПК-2	Способен	ПК 2.1.	Знать
--------------	------	----------	---------	-------

<p>ьное мастерство</p>		<p>осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Осуществляет авторскую деятельность в области медиа</p> <p>ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа</p> <p>ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>специфику разных разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</p> <p>Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
	<p>ПК-3</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
	<p>ПК-4</p>	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и</p>

		ОСТИ	ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационн о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационн о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуаль ного и (или) коллективно го проекта в сфере коммуникац ии	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):		40			
Учебные занятия лекционного типа		16			
Практические занятия		24			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					
Самостоятельная работа обучающихся, всего		68			
Контроль промежуточной аттестации (час)		36			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ		144			

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	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная
Осенний семестр								
Раздел 1. Теоретические основы фандрайзинга				4	6			
Раздел 2. Механизмы фандрайзинга				4	6			
Раздел 3. Планирование процесса привлечения средств				4	6			
Раздел 4. Информационное сопровождение				4	6			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
спонсорства и фандрайзинга							
Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	144	68	40	16	24		
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Осенний семестр							
Раздел 1. Теоретические основы фандрайзинга			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 2. Механизмы фандрайзинга			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование

Раздел 3. Планирование процесса привлечения средств			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 4. Информационное сопровождение спонсорства и фандрайзинга			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов							

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1.

Цель: формирование системы знаний о теоретико-методологической сущности спонсорства и фандрайзинга, благотворительность, меценат, спонсор

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие фандрайзинга. Цели фандрайзинга. Задачи фандрайзинга. Виды фандрайзинга. Объекты фандрайзинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Конституция РФ статья 39

РАЗДЕЛ 2.

Цель: формирование понятия о процессе планирования привлечение средств и информационного сопровождения фандрайзинга.

Перечень изучаемых элементов содержания

Правила обращения в фонды. Первый контакт с фондом. Письмо-запрос. Инструкции фонда. Приоритеты фондов.

Вопросы для самоподготовки:

Федеральный закон о благотворительной деятельности

РАЗДЕЛ 3.

Цель: ознакомить с основами информационного сопровождения фандрайзинга

Перечень изучаемых элементов содержания.

Ключевые мероприятия по привлечению ресурсов. Анализ внешней среды. Оценка результатов и отчетность.

Вопросы для самоподготовки:

Федеральный закон о благотворительной деятельности

РАЗДЕЛ 4.

Цель: освоить формы финансовой поддержки

Перечень изучаемых элементов содержания.

Гранты и виды грантовой поддержки. Самофинансирование. Благотворительные мероприятия. Зарубежные фонды. Отечественные фонды. Местные фонды. Сбор пожертвований.

Вопросы для самоподготовки:

1 Федеральный закон о благотворительной деятельности

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Составьте классификацию рисков фандрайзинга

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Составьте перечень западных фондов, финансирующих культурные проекты

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Составить краткий терминологический словарь (гlossарий), включающий основные понятия, описывающие фандрайзинговую деятельность, в том числе из нормативных правовых актов. (25-30 понятий)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Разработайте проектную заявку для получения гранта

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля –

Тестирование

- 1) Что не является источником средств в фандрайзинге
 - А) частное лицо
 - Б) фонд

- В) НКО
Г) государственная организация
- 2) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчётом об их использовании - это
А) спонсорство
Б) грант
В) эндаумент фонд
Г) благотворительность
- 3) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
А) 39
Б) 38
В) 13
Г) 23
- 4) Самый распространенный источник финансирования НКО
А) коммерческие организации
Б) государственные органы
В) благотворительные фонды
Г) частные лица
- 5) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
А) пожертвование
Б) грант
В) эндаумент
Г) краудфандинг

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –

Тестирование

1. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов
А) льготы по налогообложению
Б) повышение имиджа
В) развитие местного сообщества
Г) коммерческие интересы
2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?
а) нравственные мотивы;
б) рост доверия потребителей;
в) реклама;

- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
- д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

- А) гуманитарных наук
- Б) естественных наук
- В) и то и другое
- Г) ни то ни другое

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Тестирование

1. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов

- А) льготы по налогообложению
- Б) повышение имиджа
- В) развитие местного сообщества
- Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?

- а) нравственные мотивы;
- б) рост доверия потребителей;
- в) реклама;
- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на

повышение уровня жизни различных слоев общества?

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
- д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

- А) гуманитарных наук
- Б) естественных наук
- В) и то и другое
- Г) ни то ни другое

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля –

Тестирование

- 1) Что не является источником средств в фандрайзинге
 - А) частное лицо
 - Б) фонд
 - В) НКО
 - Г) государственная организация

- 2) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчетом об их использовании - это
 - А) спонсорство
 - Б) грант
 - В) эндаумент фонд
 - Г) благотворительность

- 3) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
 - А) 39
 - Б) 38
 - В) 13
 - Г) 23

- 4) Самый распространенный источник финансирования НКО
- А) коммерческие организации
 - Б) государственные органы
 - В) благотворительные фонды
 - Г) частные лица
- 5) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
- А) пожертвование
 - Б) грант
 - В) эндаумент
 - Г) краудфандинг

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений

	коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2, ПК-3,	Этап	Теоретический блок	1) обучающийся глубоко и

ПК-4, ПК-5	формирования знаний.	<p>вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:</p> <p>(9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:</p> <p>[8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:</p> <p>(6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки:</p> <p>[0-6] баллов.</p>
ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам,</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией:</p> <p>(9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее</p>

		обоснование принятых решений	развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9] баллов;
ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>) Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Определение основных понятий "фандрайзинг", "спонсоринг" благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.
2. Предмет фандрайзинга.
3. Характеристика основных сходств и различий.
4. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств.
5. Исторический аспект фандрайзинга.
6. Причины, мотивации и приоритеты фандрайзинга в современном обществе.
7. Фандрайзинг как система партнерства.
8. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
9. Субъекты фандрайзинга.
10. Виды спонсоринга и фандрайзинга.
11. Взаимодействие фандрайзинга с PR и рекламой.
12. Этический кодекс фандрайзера.
13. Социальная сфера, как область наибольшего распространения фандрайзинга.

14. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления
15. Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и социально-культурной сферы.
16. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества.
17. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов.
18. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды.
19. Основная классификация спонсоров.
20. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
21. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
22. Приоритетные направления государственной молодежной политики.
23. Система стимулирования спонсорства.
24. Теоретические и практические методы спонсоринга.
25. План-график фандрайзинга.
26. Подготовка пакета документов.
27. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами.
28. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования.
29. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.
30. Система маркетинговых коммуникаций, используемая фандрайзинге.
31. Задачи и функции спонсоринга и фандрайзинга в контексте маркетинговых коммуникаций.
32. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.
33. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
34. Основные направления PR-деятельности по фандрайзингу.
35. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге. PR технология "Семь слонов фандрайзинга".
36. Работа со СМИ. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
37. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
38. Формирование бюджета проекта. Составляющие бюджета.
39. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования.
40. Контроль над бюджетом. Учет и отчетность.
41. Оценка эффективности фандрайзинговой деятельности в молодежной среде.
42. Фандрайзинг в молодежной среде России

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450229> (дата обращения: 08.12.2020).

Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450048> (дата обращения: 03.12.2020).

5.1.2. Дополнительная литература

Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07425-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451359> (дата обращения: 08.12.2020).

Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457256> (дата обращения: 03.12.2020).

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных	http://webofknowledge.com 100% доступ

	изданиях	
Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в	http://elibrary.ru/ 100% доступ

	"eLIBRARY.ru"	области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для

написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «Спонсорство и фандрайзинг» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий (в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27	01.09.2021

	государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	мая 2021 года	
--	---	---------------	--




Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

 Романов И.В.

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Международные коммуникации

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Международные коммуникации» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

– 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; – 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент


М.В. Гундарин

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 9 от «27» мая 2021 года
Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

(подпись)

Генеральный директор

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата /магистратуры/специалитета</i>	4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата/магистратуры/специалитета</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	5
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	11
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	14
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	14
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	15
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	15
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	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 дисциплине (модулю).....	21
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	22
5.6 Образовательные технологии.....	23
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	25

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности международных коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Международные коммуникации»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов международной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях коммуникации в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения международных стандартов коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Международные коммуникации*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Международные коммуникации*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Теория и практика рекламы*», «*Теория и практика связей с общественностью*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- ПК-2
- ПК-3
- ПК-4
- ПК-5

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

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

<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-2</p>	<p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа</p>	<p>Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа</p>
	<p>ПК-3</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
	<p>ПК-4</p>	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративности</p>	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости,</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность</p>

		ой социальной ответственн ости	доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационн о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационн о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуаль ного и (или) коллективно го проекта в сфере коммуникац ии	ПК5.1 этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.2 результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 8 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):		40			
Учебные занятия лекционного типа		16			
Практические занятия		24			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					
Самостоятельная работа обучающихся, всего		104			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	180	144			

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					Иная контактная
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Осенний семестр								
Раздел 1. Международные отношения как основа международной коммуникации				4	6			
Раздел 2.				4	6			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Геополитические и региональные особенности коммуникации								
Раздел 3. Реклама и пиар в международном контексте				4	6			
Раздел 4. Межкультурная коммуникация				4	6			
Контроль промежуточной аттестации (час)								
Общий объем, часов	144	104	40	16	24			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Осенний семестр							
Раздел 1.			Подготовка к лекционным и		Практическое задание		тестирование

Международные отношения как основа международной коммуникации			практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				
Раздел 2. Геополитические и региональные особенности коммуникации			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 3. Реклама и пиар в международном контексте			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 4. Межкультурная коммуникация			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов							

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Международные отношения как основа международной коммуникации

Цель: формирование системы знаний о международных отношениях как базы для развития международной коммуникации

Перечень изучаемых элементов содержания

Классификация международных отношений. Основные участники международных отношений. Геополитика. Геостратегия. Транснациональные компании. НКО. Информационная безопасность.

Вопросы для самоподготовки:

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

РАЗДЕЛ 2. Геополитические и региональные особенности коммуникации

Цель: формирование понятие об основных особенностях в геополитическом и региональном ключе

Перечень изучаемых элементов содержания

Стратегическая коммуникация. Цели стратегической коммуникации. Элементы стратком: пиар, публичная дипломатия, информационные операции. Целевая аудитория стратегической коммуникации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Функция стратегической коммуникации
2. Каналы передачи информации и способы ее кодирования.
3. Стратком и экономические цели.

РАЗДЕЛ 3. Реклама и пиар в международном контексте

Цель: познакомить обучающихся с международными особенностями рекламы и пиар.

Перечень изучаемых элементов содержания.

Культурные особенности. Экономические особенности. Особенности законодательства. Языковые особенности. Особенности распространения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Соблюдение международных норм рекламы и пиар
2. Международная рекламная компания
3. Оценка эффективности

РАЗДЕЛ 4. Межкультурная коммуникация

Цель: изучить особенности межкультурной коммуникации

Перечень изучаемых элементов содержания.

Виды межкультурной коммуникации. Уровни межкультурной коммуникации. Навыки социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов.

Вопросы для самоподготовки:

- 1 Глобализация и межкультурное взаимодействие.
- 2 Влияние глобализации на характер коммуникативной культуры.
- 3 Понятие глобализации.
- 4 Существование национальных культур как проблема в условиях

глобализации.

5 Межкультурное взаимодействие как основа профилактики экстремизма и терроризма.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Вашей компании необходимо сменить название товара для выхода на международный и при этом не потерять покупателя. Как Вы будете решать эту задачу методами ПР? Предложите варианты.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Разработайте план внутрикорпоративных мероприятий на 1 год для компании – дистрибьютора алкогольной продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Разложите все известные Вам каналы выхода на целевые аудитории в порядке их значимости в следующей ситуации: Вашу компанию обвиняют на международном уровне в выпуске некачественной продукции.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире.

Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет, обоснуйте Ваш ответ.

- «Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса»
(Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);
- «С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы»
(Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);
- «Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности»
(Андерс Далвиг, Президент ИКЕА).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Тестирование

1. ПР – это

- А) неукоснительное соблюдение общественных нравственных норм
- Б) планируемые усилия, направленные на возникновение взаимопонимания и доброжелательности между организацией и общественностью
- В) Составляющая рекламной деятельности, реклама престижа

2. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает следующие направления маркетинговой деятельности

- А) реклама, сейлз промоушн, ПР, директ-маркетинг
- Б) реклама, выставки-продажи, торговые презентации, призы и аукционы
- В) реклама, построение дилерских сетей, аукционы, купоны и комиссионные вознаграждения

3. Важнейшей задачей ПР в системе менеджмента является

- А) урегулирование споров и ликвидация конфликтов
- Б) создание «команды» - коллектива единомышленников
- В) помощь нуждающимся сотрудникам

4. Внешняя политика фирмы – это

- А) сотрудники фирмы, работающие в ее филиалах и региональных представительствах
- Б) зарубежные партнеры фирмы, участвующие в ее внешнеэкономической деятельности
- В) клиенты, партнеры, властные структуры, жители дома, в котором расположен офис и т.д.

5. Что такое RACE

- А) система мероприятий, направленная на повышение эффективности коммуникаций фирмы
- Б) специализированная ПР – программа, направленная на решение разовых проблем
- В) термин, означающий обычную деятельность ПР, включающую проведение исследования, разработку и осуществление программы, оценку результатов

6. Целевая аудитория – это

- А) группа людей, объединенных единой целью
- Б) группа потенциальных потребителей производимых фирмой товаров или услуг
- В) группа людей, которым товары или услуги фирмы предоставляются бесплатно для достижения рекламных целей фирмы

7. Пресс-релиз – это

- А) аналитический отчет ПР-мена по материалам, опубликованным в прессе
- Б) информационное сообщение для публикации в прессе
- В) список представителей прессы, приглашенных на пресс - конференцию

8. Что такое паблисити

- А) круг людей, объединенных общими интересами или одним социальным статусом
- Б) общество людей, ведущих активно публицистическую деятельность
- В) формирование позитивной известности фирмы и ее деятельности

9. Какова главная цель отношений с потребителями как отдельного направления ПР – деятельности

- А) установление дружеских, доброжелательных отношений
- Б) увеличение объема продаж
- В) информирование о товарах/услугах

10. Что из перечисленного включается в понятие «управление проблемами»

- А) определение и предупреждение проблем, которые могут негативно повлиять на деятельность организации и ее имидж
- Б) разрешение конфликтных ситуаций в коллективе
- В) имиджмейкинг руководителя

11. Что такое спонсорство

- А) бескорыстная помощь

- Б) одна из форм корпоративной социальной ответственности
- В) один из видов предпринимательской деятельности
- **12. Годовой финансовый отчет компании обычно содержит**
- А) финансовые результаты прошедшего года
- Б) финансовые результаты прошедшего года в сравнении с результатами предыдущих лет
- В) финансовые результаты компании и описание ее общественно значимой деятельности
- **13. Что такое Investor Relations**
- А) это Паблик рилейшнз в области финансов
- Б) это договорные отношения с инвесторами
- В) это инвестирование в ПР - программу
- **14. Что из перечисленного не относится к основным задачам ПР в коммерции и промышленности**
- А) установление контактов с потребителями, акционерами, служащими
- Б) обеспечение осведомленности и понимание законодателя деятельности организации
- В) продвижение товаров и услуг компании в условиях жесткой конкуренции
- **15. Лоббирование – это усилия, предпринимаемые**
- А) организациями с целью оказания давления на принятие решений властными структурами в интересах этих организаций
- Б) властными структурами с целью оказания давления на организации в интересах властных структур
- В) профсоюзами с целью оказания давления на корпорации в интересах рабочих и служащих
- **16. Что из ниже перечисленного относится к функциям специалиста по ПР**
- А) разработка маркетинговой стратегии фирмы
- Б) проведение совещаний по производственным вопросам
- В) подготовка информационного сообщения о деятельности фирмы
- **17. Под общественностью предприятия понимается**
- А) персонал предприятия
- Б) поставщики, партнеры, потребители
- В) широкая общественность, включающая правительственные, международные и общественные организации
- Г) все вместе
- **18. Родина ПР**
- А) США
- Б) Россия
- В) Япония
- **19. В явном виде ПР относят к фактору**
- А) product (товар)
- Б) promotion (продвижение)
- В) people (люди)
- **20. Внутренняя общественность фирмы - это**
- А) сотрудники самой фирмы
- Б) потребители
- В) партнеры

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –
Тестирование

21. Функция ПР в современных коммуникациях состоит в

- А) источники сообщения
- Б) получателя сообщения
- В) кодировании и декодировании сообщения
- **22. Мониторинг СМИ включает**
- А) связь со СМИ
- Б) предоставление материалов в СМИ
- В) отслеживание, анализ и оценка сообщений СМИ
- **23. Бэкграунд - это**
- А) ньюз-релиз
- Б) информация текущего характера, не содержащая сенсаций
- В) пресс-кит
- **24. Занятые в организации - это**
- А) менеджмент организации
- Б) спонсоры
- В) те сотрудники, кем больше управляют, чем они сами управляют кем-то
- **25. Кабинетные исследования**
- предполагают работу с вторичной информацией
- разовые обследования клиентуры
- работа с первичной информацией
- **26. Выборка - это**
- А) все население
- Б) сегмент населения, призванный олицетворять население
- В) выбор поддающийся решению части проблемы
- **27. Закрытые вопросы - это**
- А) вопросы, включающие в себя все варианты ответов
- Б) те, на которые следует отвечать своими словами
- В) самые важные вопросы
- **28. Программа ПР - это**
- А) Бюджет ПР
- Б) план-расписание
- В) комплекс тактических мероприятий, реализующих конкретную стратегию
- **29. Ключевой инструмент финансовых коммуникаций**
- А) собрание акционеров
- Б) годовой отчет
- В) специальные мероприятия
- **30. Паблик рилейшнз в переводе означает**
- А) публичные выступления
- Б) общественная известность
- В) отношения с общественностью
- **31. Основными спецсобытиями, организация которых относится к компетенции ПР являются**
- А) церемонии открытия, приемы, презентации
- Б) конференции, дни открытых дверей, круглые столы, выставки
- В) все перечисленное
- **32. Коммуникация - это:**
- А) общение;
- Б) процесс передачи и обмена информацией;
- В) общение с помощью технических средств.
- **33. Первая модель коммуникации была предложена:**
- А) Платоном;
- Б) Аристотелем;
- В) Лассуэлом.

34. Основными компонентами коммуникационного процесса по Лассуэлу являются:

- А) оратор, аудитория, средства передачи информации;
- Б) коммуникатор, сообщение, обратная связь;
- В) источник сообщения, кодирующее и декодирующее устройство информации, получатель.

35. К средствам коммуникации относятся:

- А) технические средства связи;
- Б) речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство;
- В) вербальные, невербальные, технические средства.

36. Наиболее эффективная коммуникация - это коммуникация с помощью:

- А) технических средств;
- Б) непосредственное общение лицом к лицу;
- В) сообщение с использованием невербальных средств коммуникации.

37. Коммуникационная компетентность - это:

- А) умение налаживать контакты;
- Б) умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации;
- В) умение использовать вербальные и невербальные средства общения.

38. Основная цель переговоров - это:

- А) демонстрация силы;
- Б) консенсус;
- В) утверждение собственных интересов.

39. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач:

- А) логические барьеры;
- Б) влияние окружающей среды;
- В) стилистические барьеры;
- Г) неправильное оформление сообщения;

40. Назовите ошибки коммуникации

- А) межкультурные различия;
- Б) несоответствие смысла и содержания информации;
- В) фонетические барьеры;
- Г) неконгруэнтность (несоответствие) вербальных и невербальных сигналов;
- Д) семантические барьеры.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля –
Тестирование**

41. Выделите факторы, которые влияют на содержание диалога:

- А) интересы собеседников;
- Б) этнографические различия;
- В) статусно-ролевые отношения;
- Г) пространственная организация среды.

42. Согласны ли Вы с утверждением, что реклама является главным средством специалиста по связям с общественностью:

- А) да;
- Б) нет, но;
- В) не знаю.

43. Можно ли отнести общение с человека с самим собой к коммуникации:

- А) да;
- Б) нет;
- В) нельзя, так как процесс коммуникации предполагает диалог;

Г) да, так как происходит обмен информацией.

44. Социальная коммуникация- это:

А) процесс межличностного общения;

Б) специализированный вид рекламы;

В) процесс передачи информации;

Г) опосредованный процесс передачи информации при помощи СМИ.

45. Массовая коммуникация - это:

А) процесс потребления информации массовой аудиторией;

Б) процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.

46. Одним из компонентов схемы коммуникационного процесса по Ю. Воронцову является:

А) коммуникационная обстановка;

Б) массовая аудитория;

В) технические средства;

Д) мимика и жесты.

47. Барьерами коммуникации могут являться:

А) отсутствие коммуникации;

Б) амбициозность технического персонала;

В) неприятие имиджа коммуниканта;

Г) наличие трибуны для выступления.

48. Одной из функций управления А. Файоль считал:

А) поощрять за усердие;

Б) наказывать за нерадивость;

В) предвидеть;

Г) следить за здоровьем.

49. Коммуникационной проблемой организации является:

А) нарушение возможности получать и распространять информацию;

Б) создание сетевого коммуникационного пространства;

В) развитие нисходящих коммуникаций.

50. Одним из средств невербальной коммуникации является:

А) тактильный контакт;

Б) приказ о материальном поощрении;

В) заявление об увольнении.

51. В процессе межличностных коммуникаций информационная нагрузка слов составляет:

А) 97,5 %;

Б) 7-10 %;

В) 50 %;

Г) 0 %.

52. К способам защиты от помех восприятия информации причислить:

А) повтор сообщения в разное время;

Б) значительное повышение громкости речи;

В) удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей;

Г) внезапное прекращение вербальной коммуникации.

53. К ресурсам коммуникации относят:

А) благоприятное мнение начальника о способностях менеджера по СО;

Б) коммуникационные технологии;

В) высшее образование;

Г) отсутствие всяких принципов, в том числе мешающих работе.

54. Целевая аудитория может быть дифференцирована:

А) по социально-демографическому принципу;

- Б) только по политико-географическому принципу;
- В) по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации;
- Г) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.

55. Внутрифирменная коммуникационная политика должна быть направлена на:

- А) удовлетворение амбиций руководителя организации;
- Б) поддержку равновесия формальной и неформальной структур внутри организации;
- В) удовлетворение всех коммуникационных желаний клиента;
- Г) полезное обеспечение контактов с внешней средой.

56. Корпоративная миссия фирмы - это:

- А) социально приемлемая концепция бизнеса фирмы;
- Б) зарабатывание денег;
- В) захват рынка;
- Г) устранение конкурентов.

57. Непосредственное планирование коммуникации включает:

- А) программирование;
- Б) получение руководящих указаний;
- В) выстраивание стратегических линий развития.

58. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит:

- А) в численности;
- Б) в степени экспрессивности и непредсказуемости;
- В) в организованности и наличии общей цели;
- Г) в степени динамичности.

59. Величина потенциала влияния и уязвимости организации может

вычисляться:

- А) методом опроса случайных респондентов;
- Б) методом случайных величин;
- В) методом анализа документации.

60. Эффективность коммуникации определяется:

- А) получением запланированных результатов в запланированное время без привлечения дополнительных средств;
- Б) личным мнением руководителя организации;
- В) количеством сэкономленных в результате коммуникации средств;
- Г) количеством привлечённых клиентов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля –

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 учебной 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 ().

1. Каковы основные коммуникативные формы межкультурной коммуникации:

- а) вербальная, невербальная, паравербальная
- б) внутренняя, внешняя, смешанная
- в) бытовая, деловая, персональная

2. На чем основывается межкультурная коммуникация?

- а) образная система
- б) знаковая система
- в) символная система

3. По восприятию времени культуры делятся на:

- а) полихронные
- б) монокронные
- в) автохронные
- г) интрохронные

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность в области медиа ПК 2.2. анализирует имеющийся мировой и отечественный опыта в медиа ПК 2.3. Понимает специфику различных типов СМИ и других медиа	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения

	коммуникационного продукта	коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе,

		<p>программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
<p>ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5</p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные</p>

			при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>) Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

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. Правовой фактор в современных международных отношениях.
6. Проблемы международной безопасности и терроризм.
7. Наука о международных отношениях и ее составные элементы.
8. Междисциплинарный характер международных исследований.
9. Деятельность специалиста в области международных отношений в российских государственных структурах.
10. Виды неправительственных организаций в современных международных отношениях и деятельность специалиста в области международных отношений в них.

11. Дипломатия как средство регулирования международных отношений.
12. Сравнительный анализ концепций Ф.Фукуямы и С. Хантингтона.
13. Проблема "полюсности" современных международных отношений.
14. Сущность и основные противоречия глобализации.
15. Демократизация международных отношений как тенденция мирового развития.
16. Основные правила написания курсовой и дипломной работы по международным отношениям.
17. Основные направления современной внешней политики России.
18. Особенности внешнеполитического механизма РФ.
19. Основные приоритеты современной внешней политики России.
20. Механизм формирования и осуществления внешней политики России.
21. Экономическая безопасность.
22. Военная безопасность.
23. Экологическая безопасность.
24. Информационная безопасность.
25. Продовольственная безопасность.
26. Информационно-источниковое обеспечение научно-исследовательской работы в области международных отношений.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01744-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450881> (дата обращения: 03.12.2020).

5.1.2. Дополнительная литература

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, 2020. — 433 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-10984-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454782> (дата обращения: 03.12.2020).

Юдина, А. И. Культурная политика: межкультурная коммуникация и международные культурные обмены : практическое пособие для вузов / А. И. Юдина, Л. С. Жукова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 47 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11591-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457101> (дата обращения: 03.12.2020).

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 03.12.2020).

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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий,	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

		видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины *«Международные коммуникации»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и

практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более

подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и	http://elibrary.ru/ 100% доступ

		полные тексты научных публикаций	
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины «*Международные коммуникации*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* 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 *«Международные коммуникации»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины *«Международные коммуникации»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий (в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины *«Международные коммуникации»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Международные коммуникации»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины *«Международные коммуникации»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



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

 УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В.Романов
28 мая 2021 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЧЕЛОВЕК В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Современные социальные коммуникации»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от «27» мая 2021 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

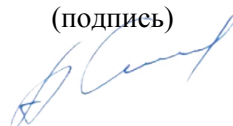


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i>	4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	11
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	14
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	14
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	15
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	15
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	18
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	18
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	19
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	21
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	22
5.6 Образовательные технологии.....	23
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	25

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Человек в коммуникативном пространстве» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *Общая теория коммуникации*
- *Исследования в коммуникации*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5, УК-6, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения
-----------------------	-----------------	--------------------------	--	---------------------

			компетенции	
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур</p> <p>УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве</p>	<p>Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений</p> <p>Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществления медиапроектов</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1 Знает этический кодекс профессии</p> <p>УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях</p> <p>УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.</p>	<p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости,	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь:</p>

		доверия и корпоративной социальной ответственности	совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	20	20
Учебные занятия лекционного типа	10	10
Практические занятия	10	10
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	52
Контроль промежуточной аттестации (час)		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	4	4
Учебные занятия лекционного типа	2	2
Практические занятия	2	2
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68
Контроль промежуточной аттестации (час)		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
(Семестр 1)							
Раздел 1.1							
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	26	10	5	5		
Раздел 2.1							
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	26	10	5	5		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	72	52	20	10	10		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная
(Семестр 1)							
Раздел 1.1							
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	34	2	1	1		
Раздел 2.1							
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	34	2	1	1		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	72	68	4	2	2		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма

дисциплины человек в коммуникативном пространстве			е изучение раздела в ЭИОС				рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по семестру, часов	52	28		20		4	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	68	44		20		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве

Цель: Изучить предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве

Перечень изучаемых элементов содержания

Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции.

Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент). Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации - неуместность места), несвоевременность (нарушение временных условий коммуникации - неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации — неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта. Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах. Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации.

Вербальные и невербальные коммуникации; вертикальные и горизонтальные коммуникации; офисные коммуникации; конфликтные и протестные коммуникации; уличные коммуникации, формы речевой коммуникации, устноречевая коммуникация, свойства и ситуативная обусловленность устно-речевой коммуникации; виды устно-речевой коммуникации; умение говорить; умение слушать; обратная связь в говорении и слушании; применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации; письменно-речевая коммуникация, свойства, виды и функции, навыки и умения письма и чтения, речевое воздействие письменной информации, типы фиксации письменно-речевых произведений, реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
2. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
3. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
4. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.
5. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.

6. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
7. Философско-методологические основы герменевтики.
8. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
9. «Язык – дом бытия»: герменевтика М. Хайдеггера.
10. Проблема понимания: герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
11. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
12. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
13. «Обыденный язык» и теория речевых актов Дж. Остина.
14. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
15. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса.
16. Технократические подходы к изучению коммуникации.
17. Теория информационного общества.
18. Коммуникативное пространство в теории Г.М. Маклюэна.
19. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
20. Интеракционный подход в теории коммуникации.
21. Теории межкультурной коммуникации.
22. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
23. Язык и знаковые системы: структурная лингвистика Ф. де Соссюра.
24. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
25. Массовая коммуникация в современном обществе.
26. Роль «лингвистического поворота» в философии XX в. в развитии теории коммуникации.
27. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.
28. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
29. Информационная концепция коммуникации.
30. Кибернетические аспекты коммуникации: живые организмы и машины в концепции Н. Винера

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ КРАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации

Цель: Изучить виды, уровни, функции и семиотику коммуникации

Перечень изучаемых элементов содержания

Межличностная коммуникация, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении; групповая коммуникация, понятие малой группы, разновидности малых групп, коммуникативные структуры малой группы; специфика коммуникации в малой группе, особенности коммуникации в семье; массовая коммуникация, ее специфические характеристики, структура и функции; роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях; межкультурная коммуникация, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры, стили вербального и невербального общения в различных культурах, межкультурная компетенция, критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации; внешние и внутренние коммуникации; непосредственные (прямые); опосредованные коммуникации; активные и пассивные коммуникации; случайные и организованные коммуникации.

Коммуникации в деловом общении, коммуникация в организациях; коммуникация как функция управления организацией; особенности внутренних коммуникаций в организации; виды коммуникаций в организациях; формы деловой коммуникации в организации; особенности маркетинговых коммуникаций; политическая коммуникация; понятие политической коммуникации; структура, средства и модели политической коммуникации; электоральная политическая коммуникация; политическая коммуникация в информационном обществе; публичная коммуникация, ее формы, жанры публичной коммуникации, устная публичная учебная

коммуникация; устная деловая публичная коммуникация; устная публицистическая коммуникация.

Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации.

Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоники). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: презентация.

Перечень темпрезентаций к разделу 2:

1. Типы средства массовой информации и их влияние
2. Аудитории СМИ
3. Искусство убеждения. Социальное влияние СМИ.
4. Медиа технологии и инновации
5. Регулирование СМИ и политика
6. СМИ, Этика и Закон
7. СМИ, Религия, и Культура
8. Социальная ответственность СМИ
9. СМИ и развлечение
10. Коммуникация и демократия
11. Международная коммуникация и глобальная связь
12. Межкультурная коммуникация: теория, исследование и практика
13. Коммуникационная теория и методология
14. Массовая коммуникация в политике
15. Массовая коммуникация в культуре
16. Типы коммуникации и ее эффектов
17. Цифровая коммуникация. Регулирование и общественные действия
18. Организационная коммуникация
19. Интегрированная маркетинговая коммуникация
20. Рекламная практика и творческие стратегии связей с общественностью
21. Фирменный стиль и брендинг
22. Реклама и культура потребления
23. Коммуникационное изобразительное искусство и науки
24. Документальный фильм и пропагандистский фильм
25. Проблемы развития творческого мышления и креативных методов
26. Креативная реклама: сущность, специфика, проблемы;
27. Формирование имиджа региона коммуникационными средствами;
28. Инновационные коммуникации в образовании и науке;
29. Формирование брендов инноваций;
30. Правовые аспекты коммуникации, PR и рекламы

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрой.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является зачет, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать принципы постановки цели и задач, теоретические основы планирования и проектирования	Этап формирования знаний
		Уметь вырабатывать способы решения задач, производить отбор способов в соответствии с целью проекта	Этап формирования умений
		Владеть навыками определения зоны своей ответственности и выполнения задач, контроля результатов и корректировки способов решения	Этап формирования навыков и получения опыта

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать принципы построения социального взаимодействия и командной работы	Этап формирования знаний
		Уметь осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, анализировать и оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели	Этап формирования умений
		Владеть готовностью соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать о принципах, инструментах и методах управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Этап формирования знаний
		Уметь определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Этап формирования умений
		Владеть готовностью строить профессиональную карьеру и определять стратегию профессионального	Этап формирования навыков и получения опыта

		развития	
--	--	----------	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
7. Коммуникативное пространство и его виды.
8. Социальный коммуникативный акт.
9. Виды коммуникации.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Средства коммуникации.
12. Представление о коммуникации как процессе и структуре.
13. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
14. Сущность и функции межличностной коммуникации.
15. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
17. Аргументация в коммуникативном процессе.
18. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение,
19. Личность в системе коммуникации.
20. Понятие языковой личности.
21. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативно сфере.
22. Границы коммуникативной сферы.
23. Распространение информации в реальной человеческой среде.
24. Коды в процессе общения
25. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
26. Мотивированность действий коммуникантов.

Аналитическое задани :

1. Какое из приведенных понятий более общее:
 - а) социальная коммуникация;
 - б) межличностная коммуникация.
2. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это:
 - а) социометрические звезды;
 - б) лидеры мнения;
 - в) референтная группа.
3. Понятие «обратная связь» было введено:

- а) в кибернетической модели коммуникации;
 - б) в психологических моделях коммуникации;
 - в) в герменевтическом анализе коммуникации.
4. Иметь форму законченного текста скорее должно:
- а) сообщение в рамках межличностной коммуникации;
 - б) сообщение в рамках массовой коммуникации.
5. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов:
- а) информационная;
 - б) регулирующая;
 - в) культурная;
 - г) развлекательная;
 - д) мобилизующая.
6. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех.
7. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:
- а) социальная коммуникация;
 - б) индивидуальная коммуникация;
 - в) межличностная коммуникация;
 - г) массовая коммуникация.
8. Адресат - это:
- а) объект коммуникации;
 - б) субъект коммуникации.
9. Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации:
- а) К.Шеннон;
 - б) Г.Гадамер;
 - в) К.Г.Юнг.
10. Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садится на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация?
- а) да;
 - б) нет.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795>.
2. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851>.
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>.
3. Кольшклина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07299-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452463>.
4. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>.
5. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>.

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале Университета.

Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	http://e-heritage.ru/index.html 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства	Электронно-библиотечная	http://www.biblio-online.ru/

	«Юрайт»	система, коллекция электронных версий книг.	100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ ResearcherID. Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/ В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «Человек в коммуникативном пространстве» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.02 Журналистика.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

 УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В.Романов
28 мая 2021 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ**

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от «27» мая 2021 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

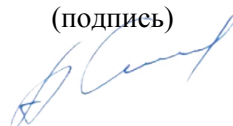


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i>	4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	9
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	11
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	14
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	14
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	15
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	15
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	17
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	18
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	18
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	19
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	21
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	22
5.6 Образовательные технологии.....	23
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	25

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Коммуникации в социальном пространстве и времени» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *Общая теория коммуникации*
- *Исследования в коммуникации*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5, УК-6, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях	
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою	ПК4.1 суть принципов открытости,	Знать: суть принципов открытости,

		<p>профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
--	--	---	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):		
Учебные занятия лекционного типа	20	20
Практические занятия	10	10
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа	16	16

Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36
Контроль промежуточной аттестации (час)		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	4	4
Учебные занятия лекционного типа	2	2
Практические занятия	2	2
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68
Контроль промежуточной аттестации (час)		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
(Семестр 1)							
Раздел 1.1							
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины коммуникации в социальном пространстве и времени	36	26	10	5	5		
Раздел 2.1							
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	26	10	5	5		
Контроль							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	72	52	20	10	10		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
(Семестр 1)							
Раздел 1.1							
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины коммуникации в социальном пространстве и времени	36	34	2	1	1		
Раздел 2.1							
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	34	2	1	1		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	72	68	4	2	2		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины коммуникации в социальном пространстве и времени	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по семестру, часов	52	28		20		4	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							

Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины коммуникации в социальном пространстве и времени	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	68	44		20		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины коммуникации в социальном пространстве и времени

Цель: Изучить предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины коммуникации в социальном пространстве и времени

Перечень изучаемых элементов содержания

Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции.

Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент). Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации - неуместность места), несвоевременность (нарушение временных условий коммуникации - неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации — неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта. Адресат, его

коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах. Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации.

Вербальные и невербальные коммуникации; вертикальные и горизонтальные коммуникации; офисные коммуникации; конфликтные и протестные коммуникации; уличные коммуникации, формы речевой коммуникации, устноречевая коммуникация, свойства и ситуативная обусловленность устно-речевой коммуникации; виды устно-речевой коммуникации; умение говорить; умение слушать; обратная связь в говорении и слушании; применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации; письменно-речевая коммуникация, свойства, виды и функции, навыки и умения письма и чтения, речевое воздействие письменной информации, типы фиксации письменно-речевых произведений, реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
2. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
3. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
4. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.
5. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.
6. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
7. Философско-методологические основы герменевтики.
8. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
9. «Язык – дом бытия»: герменевтика М. Хайдеггера.
10. Проблема понимания: герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
11. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
12. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
13. «Обыденный язык» и теория речевых актов Дж. Остина.
14. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
15. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса.
16. Технократические подходы к изучению коммуникации.
17. Теория информационного общества.
18. Коммуникативное пространство в теории Г.М. Маклюэна.
19. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
20. Интеракционный подход в теории коммуникации.
21. Теории межкультурной коммуникации.
22. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
23. Язык и знаковые системы: структурная лингвистика Ф. де Соссюра.
24. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
25. Массовая коммуникация в современном обществе.
26. Роль «лингвистического поворота» в философии XX в. в развитии теории коммуникации.
27. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.
28. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
29. Информационная концепция коммуникации.
30. Кибернетические аспекты коммуникации: живые организмы и машины в концепции Н. Винера

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации

Цель: Изучить виды, уровни, функции и семиотику коммуникации

Перечень изучаемых элементов содержания

Межличностная коммуникация, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении; *групповая коммуникация*, понятие малой группы, разновидности малых групп, коммуникативные структуры малой группы; специфика коммуникации в малой группе, особенности коммуникации в семье; *массовая коммуникация*, ее специфические характеристики, структура и функции; роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях; *межкультурная коммуникация*, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры, стили вербального и невербального общения в различных культурах, межкультурная компетенция, критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации; внешние и внутренние коммуникации; непосредственные (прямые); опосредованные коммуникации; активные и пассивные коммуникации; случайные и организованные коммуникации.

Коммуникации в деловом общении, коммуникация в организациях; коммуникация как функция управления организацией; особенности внутренних коммуникаций в организации; виды коммуникаций в организациях; формы деловой коммуникации в организации; особенности маркетинговых коммуникаций; политическая коммуникация; понятие политической коммуникации; структура, средства и модели политической коммуникации; электоральная политическая коммуникация; политическая коммуникация в информационном обществе; публичная коммуникация, ее формы, жанры публичной коммуникации, устная публичная учебная коммуникация; устная деловая публичная коммуникация; устная публицистическая коммуникация.

Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации.

Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: презентация.

Перечень темпрезентаций к разделу 2:

1. Типы средства массовой информации и их влияние
2. Аудитории СМИ
3. Искусство убеждения. Социальное влияние СМИ.
4. Медиа технологии и инновации
5. Регулирование СМИ и политика
6. СМИ, Этика и Закон
7. СМИ, Религия, и Культура
8. Социальная ответственность СМИ
9. СМИ и развлечение
10. Коммуникация и демократия
11. Международная коммуникация и глобальная связь

12. Межкультурная коммуникация: теория, исследование и практика
13. Коммуникационная теория и методология
14. Массовая коммуникация в политике
15. Массовая коммуникация в культуре
16. Типы коммуникации и ее эффектов
17. Цифровая коммуникация. Регулирование и общественные действия
18. Организационная коммуникация
19. Интегрированная маркетинговая коммуникация
20. Рекламная практика и творческие стратегии связей с общественностью
21. Фирменный стиль и брендинг
22. Реклама и культура потребления
23. Коммуникационное изобразительное искусство и науки
24. Документальный фильм и пропагандистский фильм
25. Проблемы развития творческого мышления и креативных методов
26. Креативная реклама: сущность, специфика, проблемы;
27. Формирование имиджа региона коммуникационными средствами;
28. Инновационные коммуникации в образовании и науке;
29. Формирование брендов инноваций;
30. Правовые аспекты коммуникации, PR и рекламы

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрами.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является зачет, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	Знать принципы постановки цели и задач, теоретические основы планирования и проектирования	Этап формирования знаний

	историческом, этическом и философском контекстах	Уметь выработать способы решения задач, производить отбор способов в соответствии с целью проекта	Этап формирования умений
		Владеть навыками определения зоны своей ответственности и выполнения задач, контроля результатов и корректировки способов решения	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать принципы построения социального взаимодействия и командной работы	Этап формирования знаний
		Уметь осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, анализировать и оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели	Этап формирования умений
		Владеть готовностью соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать о принципах, инструментах и методах управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Этап формирования знаний
		Уметь определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; оценивать требования	Этап формирования умений

		рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	
		Владеть готовностью строить профессиональную карьеру и определять стратегию профессионального развития	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-5, УК-6, ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;

			4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
УК-5, УК-6, ПК-4	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p>
УК-5, УК-6, ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы

коммуникации.

3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.

4. Коммуникативные революции.

5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.

6. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.

7. Коммуникативное пространство и его виды.

8. Социальный коммуникативный акт.

9. Виды коммуникации.

10. Функции массовой коммуникации.

11. Средства коммуникации.

12. Представление о коммуникации как процессе и структуре.

13. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.

14. Сущность и функции межличностной коммуникации.

15. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.

16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.

17. Аргументация в коммуникативном процессе.

18. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение,

19. Личность в системе коммуникации.

20. Понятие языковой личности.

21. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативно сфере.

22. Границы коммуникативной сферы.

23. Распространение информации в реальной человеческой среде.

24. Коды в процессе общения

25. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.

26. Мотивированность действий коммуникантов.

Аналитическое задание :

1. Какое из приведенных понятий более общее:

а) социальная коммуникация;

б) межличностная коммуникация.

2. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется

их постоянное окружение - это:

а) социометрические звезды;

б) лидеры мнения;

в) референтная группа.

3. Понятие «обратная связь» было введено:

а) в кибернетической модели коммуникации;

б) в психологических моделях коммуникации;

в) в герменевтическом анализе коммуникации.

4. Иметь форму законченного текста скорее должно:

а) сообщение в рамках межличностной коммуникации;

б) сообщение в рамках массовой коммуникации.

5. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период

выборов:

а) информационная;

б) регулирующая;

в) культурная;

г) развлекательная;

- д) мобилизующая.
6. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех.
7. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:
- а) социальная коммуникация;
б) индивидуальная коммуникация;
в) межличностная коммуникация;
г) массовая коммуникация.
8. Адресат - это:
- а) объект коммуникации;
б) субъект коммуникации.
9. Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации:
- а) К.Шеннон;
б) Г.Гадамер;
в) К.Г.Юнг.
10. Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садится на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация?
- а) да;
б) нет.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795>.

2. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851>.
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>.
3. Кольшклина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07299-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452463>.
4. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>.
5. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>.

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и	http://e-heritage.ru/index.html

	исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию онаучных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины

5.4.1. Средства информационных технологий

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

3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного	Библиографическая и реферативная информация и	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети

	индекса научного цитирования – Scopus:	инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ ResearcherID. Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/ В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «Коммуникации в социальном пространстве и времени» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Коммуникации в социальном пространстве и времени» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.02 Журналистика.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета коммуникативного менеджмента

/Романов И.В.

«28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии возможностей и безбарьерной среды

Наименование образовательной программы
Реклама и связи с общественностью

Направленность программы:
Современные социальные коммуникации

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью"

Уровень образования
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ - УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА

Наименование квалификации
БАКАЛАВР

Очная форма обучения, заочная форма обучения

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «**Технологии возможностей и безбарьерной среды**»

» разработана разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: канд. пед наук, Афанасьева О.О.

Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от «27» мая 2021 года

Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

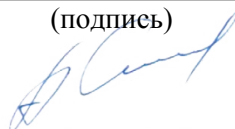


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	11
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	16
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	22
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	24
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	24
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	24
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	28
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	29
5.6 Образовательные технологии.....	30
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	31

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, предусмотренных современными требованиями ФГОС в области организации безбарьерной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление с законодательными основами организации безбарьерной среды.
2. Формирование системы знаний об особенностях проектирования инклюзивной среды
3. Ознакомление с основными нозологическими особенностями, требующими применения технологий возможностей.
4. Формирование системы знаний о технических средства реабилитации, необходимых для обеспечения доступности среды.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Технологии возможностей и безбарьерной среды» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» заочной и очной форме обучения.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5, УК-6, ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь: анализировать последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом,
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	

				этическом и философском контекстах Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществление медиапроектов
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях	
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом

			корпоративной социальной ответственности	принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой поочной форме обучения – в 1, по заочной форме обучения – в 1,2, составляет 2 зачетных единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	10	10			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	16	16			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	4	2	2		
Практические занятия	4	2	2		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	4	4	4		

Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	28	24		
Контроль промежуточной аттестации (час)			4		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	36	36		

Дистанционная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	4	4			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	8	8			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	56	56			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	36	20	16	4	4	0	8
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	18	10	8	2	2	0	4
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с	18	10	8	2	2	0	4

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг							
Раздел 2.Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	36	16	20	6	6	0	8
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	16	8	8	2	2	0	4
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	20	8	12	4	4	0	4
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	72	36	36	10	10	0	16
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по дисциплине	72	36	36	10	10	0	16

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1.Человек с	36	28	8	2	2	0	4

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
инвалидностью как объект технологий возможностей							
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	18	14	4	2	0	0	2
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	18	14	4	0	2	0	2
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	36	28	8	2	2	0	4
Форма промежуточной аттестации							
Семестр 2							
Раздел 2.Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	32	14	8	2	2	0	4
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	16	12	4	2	0	0	2
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	16	12	4	0	2	0	2
Контроль промежуточной аттестации (час)	4						
Общий объем, часов	36	24	8	2	2	0	4

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по дисциплине	72	52	16	4	4	0	8

Дистанционной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	36	28	8	2	2	0	4
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	18	14	4	2	0	0	2
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	18	14	4	0	2	0	2
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	36	28	8	2	2	0	4
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания	18	14	4	2	0	0	2

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
организации доступной среды							
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	18	14	4	0	2	0	2
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	72	56	16	4	4	0	8
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по дисциплине	72	56	16	4	4	0	8

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	20	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Презентация	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Нормативно-	16	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям,	6	Презентация	2	Компьютерное тестирование

правовое регулирование проектирования безбарьерной среды			самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Доклад		
Общий объем по дисциплине, часов	56	24		28		4	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	28	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Презентация	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	28	12		14		2	
Семестр 2							
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	24	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	24	10		12		2	
Общий объем по дисциплине, часов	52	22		26		4	

Дистанционной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
--------------	-------	---	--	--	--	--	--

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. работ	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	28	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	14	Презентация	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2.Нормативно- правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	28	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	14	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	56	24		28		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОБЪЕКТ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Цель:изучить понятие инвалидности и ее отражения на возможностях человека и доступности объектов социальной инфраструктуры и услуг.

Перечень изучаемых элементов содержания

Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями зрения. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Классификация и типологические особенности лиц с нарушениями функций опорно-двигательного аппарата. Классификации и типологические особенности лиц с соматическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с психическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями речи. Содержание категорий жизнедеятельности.

Технические средства, используемые на территории, прилегающей к зданию (участке). Технические средства, используемые на входе (входах) в здание. Технические средства, используемые на пути (путях) движения внутри здания (в т.ч. путях эвакуации). Технические средства, используемые в зоне целевого назначения здания (целевого посещения объекта). Технические средства, используемые в санитарно-гигиенических помещениях. Технические средства, используемые для создания системы информации на объекте (устройства и средства информации и связи и их системы).

Тема 1.1.Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите пространственно-средовые барьеры в окружающей среде.
2. Кто относится к категории маломобильных групп населения (МГН)? Каковы характеристики МГН, не относящихся к людям с инвалидностью?
3. Определите соотношение понятий «универсальный дизайн» и «разумное приспособление»

Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг**Вопросы для самоподготовки:**

1. Раскройте такие параметры доступности как досягаемость, безопасность, информативность, комфортность.
2. Назовите основные знаки, пиктограммы, которые используются в рамках организации доступной среды для создания системы информации.
3. Соотнесите понятия «технические средства реабилитации» и «технические средства обеспечения доступности». Можно ли их употреблять как синонимичные?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Форма практического задания: презентация.

1. Сделайте презентацию с фото технических средств обеспечения доступности в разрезе нозологий.
2. Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1. форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

Цель: раскрыть сущность и содержание нормативно-правового обеспечения безбарьерной среды

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».

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 "Общественные здания 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 «Указатели тактильные наземные для инвалидов по зрению. Технические требования»; ГОСТ 51261-99 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».

Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью.
2. Отследите динамику изменений госпрограммы «Доступная среда» с 2011 по настоящее время. Какие показатели, блоки изменились? Чем это объяснить?

Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные нормативно-правовые акты, предусматривающие регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды.
2. Назовите основные структурно-функциональные зоны и элементы зданий и сооружений, подлежащие адаптации для инвалидов и других МГН

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Форма практического задания: 1) презентация, 2) доклад,

- 1) Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео личных наблюдений)

2) Примерный перечень тем докладов к разделу 2:

1. Влияние природной среды на состояние человека.
2. Влияние социально-экономической среды на состояние человека.
3. Расскажите о пространственных барьерах для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
4. Характеристика «жилой среды»
5. Особенности градостроительной среды
6. Безопасность при проектировании поселений в сельской местности.
7. Безопасность при проектировании малых городов.
8. Особенности проектирования городов при больших промышленных комбинатах.
9. Принцип удобства в градостроительной и архитектурной политике.
10. Гибкость в градостроительной и архитектурной политике.
11. Простота использования в градостроительной и архитектурной политике
12. Понятность информации в градостроительной и архитектурной политике.
13. Допустимость ошибок в градостроительной и архитектурной политике.
14. Минимальные физические усилия в градостроительной и архитектурной политике.
15. Соответствие размеров и габаритов пространства в градостроительной и архитектурной политике.
16. Опыт США в социальной архитектуре.
17. Опыт Канады в социальной архитектуре.
18. Опыт Англии в социальной архитектуре.
19. Опыт Германии в социальной архитектуре.
20. Опыт Франции в социальной архитектуре.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1. форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является зачет, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать принципы постановки цели и задач, теоретические основы планирования и проектирования	Этап формирования знаний
		Уметь вырабатывать способы решения задач, производить отбор способов в соответствии с целью проекта	Этап формирования умений

		Владеть навыками определения зоны своей ответственности и выполнения задач, контроля результатов и корректировки способов решения	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать принципы построения социального взаимодействия и командной работы	Этап формирования знаний
		Уметь осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, анализировать и оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели	Этап формирования умений
		Владеть готовностью соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной ответственности	Знать о принципах, инструментах и методах управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Этап формирования знаний
		Уметь определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Этап формирования умений
		Владеть готовностью строить профессиональную карьеру и определять стратегию профессионального развития	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код	Этапы	Показатель	Критерии и шкалы
-----	-------	------------	------------------

компетенции	формирования компетенций	оценивания компетенции	оценивания
УК-5, УК-6, ПК-4	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
УК-5, УК-6, ПК-4	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам,</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее</p>

		обоснование принятых решений	развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;
УК-5, УК-6, ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Перечислите основополагающие международные юридические документы, в которых закреплены права детей-инвалидов.
2. Какие этические принципы и нормы отношения к проблемам инвалидов провозглашаются в международных документах, разработанных ООН?
3. Законодательство Российской Федерации, региональное, регулирующее развитие инклюзивного образования в общеобразовательных учреждениях
4. Охарактеризуйте федеральные программные документы РФ, ориентированные на помощь детям-инвалидам.
5. Назовите особенности социальной политики в отношении детей с ОВЗ.
6. Охарактеризуйте роль общественной и государственной инициативы в решении проблем граждан с ограниченными возможностями.
7. Чем отличается отношение к людям с ограниченными возможностями в контексте медицинской, социальной моделей инвалидности?
8. Создание универсальной безбарьерной среды.
9. Экологическая целесообразность среды.
10. Что изучает функциональная антропометрия
11. Сколько уровней отражения воздействий архитектуры психикой человека.
12. Что такое визуальная комфортность.
13. Какие вы знаете виды освещенности?

14. Наименьшие размеры зоны свободного маневрирования для поворота коляски на 90,180,360 градусов
15. Что должны обеспечивать проектные решения объектов доступных для МГН?
16. Назовите четыре разновидности требований к среде, предъявляемых лицами с ограниченными возможностями.
17. Какие архитектурные задачи позволяет решить цветовое кодирование.
18. Применения тактильного кодирования для организации доступной среды.
19. Использование звуковых ориентиров для создания безбарьерной среды.
20. Как решается на государственном уровне создание безбарьерной среды в Российской Федерации?
21. Дайте понятие инвалидности, в чем смысл ограничения жизнедеятельности?
22. В чем заключаются проблемы доступности жилья?
23. В чем заключаются проблемы доступности городской среды?
24. В чем заключаются проблемы доступности транспортной инфраструктуры?
25. В чем заключаются проблемы доступности социальных объектов?
26. Дайте определение понятия «Маломобильные группы населения (МГН)»
27. Каким образом должны быть оборудованы входы в здания и помещения для инвалидов-колясочников?
28. Назовите способы адаптации среды жизнедеятельности к потребностям инвалидов и маломобильных групп населения.
29. Размеры входных площадок и тамбуров
30. Как оборудуются пандусы в местах примыкания к проезжей части для слепых и слабовидящих людей
31. Размеры лифтовой кабины, предназначенной для инвалидов колясочников
32. Как организована городская среда для инвалидов в развитых странах?
33. Назовите основные принципы универсального дизайна.
34. Приведите пример применения принципов универсального дизайна.
35. Что необходимо учитывать при проектировании жилых домов и помещений для обеспечения потребностей инвалидов
36. В чем заключается роль генерального плана города в процессе формирования безбарьерной среды?
37. Назовите особенности отдельных категорий инвалидов.
38. Габариты инвалидной коляски и размеры, необходимые для ее размещения.
39. Что необходимо учитывать при проектировании зон обслуживания инвалидов в общественных зданиях?
40. Какие вы знаете визуальные устройства и средства информации?
41. Мобильность в интерьере с учетом требований инвалидов: перегородки, мебель освещение и т.д.
42. Организация рабочих мест в офисах для инвалидов: габариты,оборудование, материалы рабочих поверхностей ит.д.
43. Организация санитарно- гигиенических зон для МГН: ванные комнаты, туалеты, постирочные.
44. Проходы, коридоры, инженерные коммуникации (габариты, возможность обслуживания).
45. Какой используется шрифт для передачи письменной информации для слепых?

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестации по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

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

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Аксенова, Л. И. Абилитационная педагогика : учебное пособие для вузов / Л. И. Аксенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05409-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/454554> (дата обращения: 05.04.2020).
2. Фуряева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08278-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454534> (дата обращения: 18.08.2020).
3. Фуряева, Т. В. Социальная инклюзия : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07465-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455683> (дата обращения: 18.08.2020).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Бойков, Д. И. Обучение и организация различных видов деятельности общения детей с проблемами в развитии : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. И. Бойков, С. В. Бойкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 153 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13325-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457501> (дата обращения: 18.08.2020).
2. Вишнякова, Ю. А. Инклюзивное искусство : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 138 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13762-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466788> (дата обращения: 18.08.2020).
3. Методика преподавания по программам дополнительного образования в избранной области деятельности : учебное пособие для среднего профессионального

образования / Л. В. Байбородова [и др.] ; под редакцией Л. В. Байбородовой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06828-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455055> (дата обращения: 18.08.2020).

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, 2020. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06162-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452313> (дата обращения: 18.08.2020).

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

	учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	http://pravo.eup.ru/ 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинаров. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе <http://biblioclub.ru>, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Главным результатом 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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

Подготовка к зачету.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа к интернет
3. Проектор

5.4.3. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.

8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com ; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	https://www.prlib.ru/ Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.02 «*Психолого-педагогическое образование*» используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета коммуникативного менеджмента

/Романов И.В.

«28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Адаптивные информационно-коммуникационные системы

Наименование образовательной программы
Реклама и связи с общественностью

Направленность программы:
Современные социальные коммуникации

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью"

Уровень образования
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ - УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА

Наименование квалификации
БАКАЛАВР

Очная форма обучения, заочная форма обучения

Москва 2021

государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к. пед.н., доцент О.Л. Мнацаканян, ст.преподаватель Д.Ю, Елисеева

Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент

М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от «27» мая 2021 года

Декан факультета к.пс.н., доцент

И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	11
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	16
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	22
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	24
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	24
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	24
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	28
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	29
5.6 Образовательные технологии.....	30
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	31

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о использовании компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по эффективной организации индивидуального информационного пространства.

Задачи дисциплины (модуля):

- приемы использования компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации;
- приемы поиска информации и преобразования ее в формат, наиболее подходящий для восприятия с учетом ограничений здоровья.
- осуществлять выбор способа представления информации в соответствии с учебными и профессиональными задачами;
- иллюстрировать учебные работы с использованием средств информационных технологий;
- использовать альтернативные средства коммуникации в учебной и будущей профессиональной деятельности;
- использовать специальные информационные и коммуникационные технологии в индивидуальной и коллективной учебной и будущей профессиональной деятельности;
- осуществлять безопасную работу в Интернет при организации индивидуального информационного пространства.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» заочной и очной форме обучения.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-5; УК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом,	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Знать: структуру общественных, в том числе мультикультурных отношений Уметь: анализировать
			УК-5.2 Умеет	

		этическом и философском контекстах	осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	<p>последствия профессиональной деятельности для жизни общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>Владеть: приемами использования межкультурных коммуникаций для осуществления медиапроектов</p> <p>Знать: технологии управления временем</p> <p>Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками стратегического планирования</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях	
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой поочной форме обучения – в 1, по заочной форме обучения – в 1,2, составляет 2 зачетных единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	10	10			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	16	16			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	4	2	2		
Практические занятия	4	2	2		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	4	4	4		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	28	24		
Контроль промежуточной аттестации (час)			4		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	36	36		

Дистанционная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	4	4			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	8	8			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	56	56			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	36	20	16	4	4	0	8
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	18	10	8	2	2	0	4
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	18	10	8	2	2	0	4
Раздел 2. Нормативно-правовое	36	16	20	6	6	0	8

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
регулирование проектирования безбарьерной среды							
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	16	8	8	2	2	0	4
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	20	8	12	4	4	0	4
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	72	36	36	10	10	0	16
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по дисциплине	72	36	36	10	10	0	16

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	36	28	8	2	2	0	4
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными	18	14	4	2	0	0	2

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
заболеваниями							
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	18	14	4	0	2	0	2
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	36	28	8	2	2	0	4
Форма промежуточной аттестации							
Семестр 2							
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	32	14	8	2	2	0	4
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	16	12	4	2	0	0	2
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	16	12	4	0	2	0	2
Контроль промежуточной аттестации (час)	4						
Общий объем, часов	36	24	8	2	2	0	4
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по дисциплине	72	52	16	4	4	0	8

Дистанционной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	36	28	8	2	2	0	4
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	18	14	4	2	0	0	2
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	18	14	4	0	2	0	2
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	36	28	8	2	2	0	4
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	18	14	4	2	0	0	2
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	18	14	4	0	2	0	2
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	72	56	16	4	4	0	8
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по дисциплине	72	56	16	4	4	0	8

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	20	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	10	Презентация	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	16	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	6	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	56	24		28		4	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	28	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	14	Презентация	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по модулю/семестру, часов,	28	12		14		2	
Семестр 2							
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	24	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	24	10		12		2	
Общий объем по дисциплине, часов	52	22		26		4	

Дистанционной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	28	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Презентация	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	28	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	56	24		28		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОБЪЕКТ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Цель:изучить понятие инвалидности и ее отражения на возможностях человека и доступности объектов социальной инфраструктуры и услуг.

Перечень изучаемых элементов содержания

Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями зрения. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Классификация и типологические особенности лиц с нарушениями функций опорно-двигательного аппарата. Классификации и типологические особенности лиц с соматическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с психическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями речи. Содержание категорий жизнедеятельности.

Технические средства, используемые на территории, прилегающей к зданию (участке). Технические средства, используемые на входе (входах) в здание. Технические средства, используемые на пути (путях) движения внутри здания (в т.ч. путях эвакуации). Технические средства, используемые в зоне целевого назначения здания (целевого посещения объекта). Технические средства, используемые в санитарно-гигиенических помещениях. Технические средства, используемые для создания системы информации на объекте (устройства и средства информации и связи и их системы).

Тема 1.1.Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите пространственно-средовые барьеры в окружающей среде.
2. Кто относится к категории маломобильных групп населения (МГН)? Каковы характеристики МГН, не относящихся к людям с инвалидностью?
3. Определите соотношение понятий «универсальный дизайн» и «разумное приспособление»

Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте такие параметры доступности как досягаемость, безопасность, информативность, комфортность.
2. Назовите основные знаки, пиктограммы, которые используются в рамках организации доступной среды для создания системы информации.
3. Соотнесите понятия «технические средства реабилитации» и «технические средства обеспечения доступности». Можно ли их употреблять как синонимичные?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Форма практического задания: презентация.

1. Сделайте презентацию с фото технических средств обеспечения доступности в разрезе нозологий.
2. Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1. форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2.НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

Цель: раскрыть сущность и содержание нормативно-правового обеспечения безбарьерной среды

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».

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 "Общественные здания 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 «Указатели тактильные наземные для инвалидов по зрению. Технические требования»; ГОСТ 51261-99 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».

Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью.
2. Отследите динамику изменений госпрограммы «Доступная среда» с 2011 по настоящее время. Какие показатели, блоки изменились? Чем это объяснить?

Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные нормативно-правовые акты, предусматривающие регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды.
2. Назовите основные структурно-функциональные зоны и элементы зданий и сооружений, подлежащие адаптации для инвалидов и других МГН

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Форма практического задания: 1) презентация, 2) доклад,

- 1) Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео личных наблюдений)

2) Примерный перечень тем докладов к разделу 2:

1. Влияние природной среды на состояние человека.
2. Влияние социально-экономической среды на состояние человека.
3. Расскажите о пространственных барьерах для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
4. Характеристика «жилой среды»
5. Особенности градостроительной среды
6. Безопасность при проектировании поселений в сельской местности.
7. Безопасность при проектировании малых городов.
8. Особенности проектирования городов при больших промышленных комбинатах.
9. Принцип удобства в градостроительной и архитектурной политике.
10. Гибкость в градостроительной и архитектурной политике.
11. Простота использования в градостроительной и архитектурной политике
12. Понятность информации в градостроительной и архитектурной политике.
13. Допустимость ошибок в градостроительной и архитектурной политике.
14. Минимальные физические усилия в градостроительной и архитектурной политике.
15. Соответствие размеров и габаритов пространства в градостроительной и архитектурной политике.
16. Опыт США в социальной архитектуре.
17. Опыт Канады в социальной архитектуре.
18. Опыт Англии в социальной архитектуре.
19. Опыт Германии в социальной архитектуре.
20. Опыт Франции в социальной архитектуре.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1. форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-5	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать принципы построения социального взаимодействия и командной работы	Этап формирования знаний
		Уметь осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, анализировать и оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели	Этап формирования умений
		Владеть готовностью соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать о принципах, инструментах и методах управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Этап формирования знаний
		Уметь определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Этап формирования умений
		Владеть готовностью строить профессиональную карьеру и определять стратегию профессионального развития	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код	Этапы	Показатель	Критерии и шкалы
-----	-------	------------	------------------

компетенции	формирования компетенций	оценивания компетенции	оценивания
УК-5, УК-6	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
УК-5, УК-6	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам,</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее</p>

		обоснование принятых решений	развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;
УК-5, УК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Современное состояние уровня и направлений развития технических и программных средств универсального и специального назначения.
2. Тифлотехнические средства для студентов с нарушениями зрения.
3. Тифлотехнические средства реабилитации.
4. Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями зрения).
5. Использование брайлевской техники, видеоувеличителей, программ синтезаторов речи, программ не визуального доступа к информации.
6. Сурдотехнические средства для студентов с нарушениями слуха.
7. Сурдотехнические средства реабилитации.
8. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями слуха).
9. Использование индивидуальных слуховых аппаратов и звукоусиливающей аппаратуры.
10. Специальные возможности ОС для пользователей с ограниченными возможностями.
11. Специальные возможности ОС для пользователей с ограниченными возможностями: экранный диктор, экранная лупа, высокая контрастность, скрытые подписи, клавиатура, мышь.

12. Совместимые с Windows ассистивные технологии: программы распознавания речи, фильтры клавиатуры, сенсорные экраны, эргономичные клавиатуры и мыши, джойстики, трекболы, программы экранной клавиатуры и т.п.
13. Современные информационные технологии обработки информации для пользователей с ограниченными возможностями.
14. Основы современных информационных технологий переработки и преобразования текстовой, табличной, графической и другой информации для людей с ограниченными возможностями здоровья.
15. Компьютерная техника, оснащенная альтернативными устройствами ввода - вывода информации для студентов с нарушениями опорно - двигательного аппарата.
16. Приемы использования компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода -вывода информации (для студентов с нарушениями опорно -двигательного аппарата).
17. Альтернативные клавиатуры, электронные указывающие устройства, устройства управления с помощью дыхания и глотания и т.п

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Фуряева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08278-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454534>

2. Профессиональная ориентация в системе высшего инклюзивного образования : учебное пособие : [16+] / К. Волкова, В. Дегтярева, Т. Дегтярева, М. Сутырина ; под общ. ред. Л. Осмук ; Новосибирский государственный технический университет. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2019. — 176 с. :

табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576495> – Библиогр.: с. 119-122. – ISBN 978-5-7782-3965-4. – Текст : электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12509-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447666>

2. Михальчи, Е. В. Инклюзивное образование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Михальчи. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04943-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454332>

3. Заблоцкис, Е. Ю. Особые дети и взрослые в России: закон, правоприменение, взгляд в будущее. Основные проблемы и пути решения / Е. Ю. Заблоцкис. — 3-е изд. (эл.). — Москва : Теревинф, 2019. — 369 с. — ISBN 978-5-4212-0575-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115411>

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

NN	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
2	Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
3	Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
4	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой	http://window.edu.ru/library 100% доступ

		электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	
5	Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.htm 100% доступ
6	Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	http://pravo.eup.ru/ 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинаров. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе <http://biblioclub.ru>, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Главным результатом 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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

Подготовка к зачету.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа к интернет
3. Проектор

5.4.3. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета

7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	https://www.prlib.ru/ Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «Технологии возможностей и безбарьерной среды» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование» используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «Технологии возможностей и безбарьерной среды» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Технологии возможностей и безбарьерной среды» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных

форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



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

 УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В.Романов
28 мая 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Концепции маркетинга

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность
Современные социальные коммуникации

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Концепции маркетинга» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа дисциплины «Концепции маркетинга» разработана: Чардымским М.Г., к.э.н., доцентом факультета коммуникативного менеджмента, Романовым И.В. к.п.с.н., деканом факультета коммуникативного менеджмента.

Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Основная профессиональная образовательная программа - программа подготовки бакалавриата обсуждена и рекомендована к утверждению на Ученом совете факультета *коммуникативного менеджмента* Протокол № 9 от 27 мая 2021 года

Декан факультета
кандидат психологических наук



И.В. Романов

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»



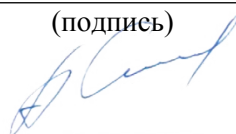
Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

(подпись)

Генеральный директор



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i>	5
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	15
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	16
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	18
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	21
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	25
5.6 Образовательные технологии.....	25
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	27

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о концепциях маркетинга как системе маркетинговых технологий, которые используются при создании различных продуктов, а также навыка использования маркетинговых технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

1. Получение знаний о системе маркетинговых технологий в целом;
2. Освоение базового научного аппарата современного маркетинга, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
3. сформировать представление о маркетинговом процессе согласно различных маркетинговых концепций ;
4. Сформировать навык обращения к концептуальной основе маркетинга для формирования у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации, прежде всего маркетинговой.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Концепции маркетинга» реализуется в блоке предметов по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форма обучения.

Изучение дисциплины «Концепции маркетинга» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование», «Копирайтинг», «Питчинг в коммуникации».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	20	20			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	16	16			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	0			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	8	8			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	4	4			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	8	8			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	52			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1	36	18	10	4	6		8
Креативный процесс: понятие, этапы		8	4	2	2		4
Мозговой штурм и его вариации. Мейндмепинг и способы записывания идей.		10	6	2	4		4
Раздел 2	36	18	10	4	6		8
2.1. Морфологические анализ и его вариации		8	4	2	2		4
2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H. Работа с ассоциациями.		10	6	2	4		4
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	72	36	20	8	12		16
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Курс 1							
Раздел 1	36	28	4	2	2		8
Креативный процесс: понятие, этапы		14	2	1	1		4
Мозговой штурм и его вариации.		14	2	1	1		4
Раздел 2	36	24	4	2	2		8

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная
2.1. Морфологические анализ и его вариации		12	2	1	1			4
2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H		12	2	1	1			4
Контроль промежуточной аттестации (час)								
Общий объем, часов	72	52	8	4	4			16
Форма промежуточной аттестации	Зачет							

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Общий объем	36	16		10		10	

по семестру, часов							
-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. задания, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.	28	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	24	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	32		10		10	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1.

Тема 1.1. Маркетинговый процесс: понятие, этапы

Цель: Познакомиться с основными этапами творческого процесса в маркетинге

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие креатива и творчества. Сущность творчества. Творчество как процесс создание нового. Творчество в науке, творчество в искусстве. Предпосылки творчество. Условия для творчества. Что такое свобода творчество. Вдохновение. Творчество как работа: ремесло или нет. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.

Подготовительный этап креатива. Бриф и техническое задание. Взаимодействие с клиентом. Получение обратной связи. Аналитическая работа как необходимый этап творческого процесса.

Тема 1.2.Мозговой штурм и его вариации в маркетинге. Цель:Дать представление о мозговом штурме, его особенностях, вариациях.

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы создания креативного продукта. Типология методов. Метод мозгового штурма и его вариации. Метод шести шляп. Метод Уолта Диснея.

Майндмеп как инструмент для креативной работы. Работа с ассоциациями. Техника записи идей. Программы в сети интернет для совместной работы в технике майндмепинга.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: творческое задание

Тема – Маркетинговые решения в сфере услуг

Описание.

Необходимо создать плакат, слоган, рекламный текст о продукте с использованием техники майндмеп. Студент готовит и показывает ментальную карту с ассоциациями первого, второго и третьего порядка. На основе ассоциаций 2 и 3 порядка он создает рекламный продукт.

Необходимо подготовить карту по 2 словам, к каждой карте по две идеи плаката, слоганов, текстов. Студент самостоятельно выбирает два слова для задания из предложенного списка. При необходимости студент может сузить понятие (хлеб – белый хлеб).

Слова: дом, сыр, стол, холодильник, окно, дверь, парикмахерская, вода, путешествие, машина, хлеб, самолет, кинотеатр.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления задания.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ КРАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – эссе.

Форма практического задания: творческое задание-эссе

Тема – решение обозначенной проблемы развития сферы услуг с использованием маркетинговых технологий.

Объем – от 3500 знаков.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления эссе.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РАЗДЕЛ 2.

Тема 2.1. Маркетинговый анализ и его вариации в сфере услуг

Цель: *Получить навык работы с выбранными техниками..*

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы маркетингового анализа. Специфика МА в сфере услуг.

Эксперты, опросы, циклы. Аналитическая работа с методом.

Тема 2.2. Опыт применения МА в различных сегментах сферы услуг.

Цель: *изучить выбранные техники и отработать их в полевых условиях*

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы с перебором определенных характеристик – морфологический анализ, методы Киплинга, SCAMPER.

Как работает. Как можно записывать. Что может быть результатом.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: творческое задание.

Тема – Решение маркетинговой проблемы с использованием техники SCAMPER.

Описание.

Студенту необходимо предложить не менее 4 решений проблемы с использованием техники SCAMPER. Проблема общая для студентов – кафе не может осуществлять больше свою деятельность из-за введенного карантина. Что может делать кафе еще, кроме организации он-лайн продажи своей продукции.

Объем – от 3500 знаков.

Примерными критериями оценки презентации являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- грамотность речи, отсутствие ошибок;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма практического задания: творческое задание.

Тема – Продуктовое решение с использованием техники маркетингового анализа.

Описание.

Необходимо придумать, предложить технологические продуктовые решения по одному из видов продуктов или услуг. Студент готовит таблицу с МА, на основе нее готовит предложение по продукту или услуге.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления эссе.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрой.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых	Этап формирования знаний

	технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
------------------------	---------------------------------------	--	------------------------------------

ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
------------	---------------------------	--	---

ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено</p>
ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6) баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие креатива и творчества. Сущность творчества.
2. Творчество как процесс создание нового.
3. Творчество в науке, творчество в искусстве.
4. Предпосылки творчество.
5. Условия для творчества. Что такое свобода творчество. Вдохновение.
6. Творчество как работа: ремесло или нет.
7. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.
8. Подготовительный этап креатива. Бриф и техническое задание.
9. Взаимодействие с клиентом. Получение обратной связи.
10. Аналитическая работа как необходимый этап креативного процесса.
11. Методы создания креативного продукта.
12. Типология методов.
13. Метод мозгового штурма и его вариации.
14. Метод шести шляп.
15. Метод Уолта Диснея.
16. Метод ментальных карт.
17. Морфологический анализ.
18. ТРИЗ.
19. Scamper
20. Фрирайтинг
21. Метод Киплинга.
22. Метод синектики.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157> (дата обращения: 13.12.2020).
2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376> (дата обращения: 13.12.2020).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 13.12.2020).
2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127> (дата обращения: 04.12.2020).
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 13.12.2020).

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов,	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

		иллюстрированных изданий	
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных

результатов обучающийся имеет право в дополнительное время передать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7

2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

3.Справочно-правовая система Консультант+

4.Acrobat Reader DC

5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно- аналитический портал в области науки, технологии,	http://elibrary.ru/ 100% доступ

		медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «Концепции маркетинга» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 «Концепции маркетинга» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Концепции маркетинга» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Концепции маркетинга» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Концепции маркетинга» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Концепции маркетинга» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

 УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В.Романов
28 мая 2021 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМНЫЙ КРЕАТИВ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность
Маркетинговые коммуникации

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа дисциплины «Рекламный креатив» разработана: Матанис В.А., к.ф.н., доцентом факультета коммуникативного менеджмента, Романовым И.В. к.п.с.н., деканом факультета коммуникативного менеджмента.

Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Основная профессиональная образовательная программа - программа подготовки бакалавриата обсуждена и рекомендована к утверждению на Ученом совете факультета *коммуникативного менеджмента* Протокол № 9 от 27 мая 2021 года

Декан факультета
кандидат психологических наук



И.В. Романов

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»



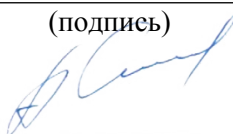
Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

(подпись)

Генеральный директор



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i>	5
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i>	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине.....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	15
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	16
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	18
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	21
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	25
5.6 Образовательные технологии.....	25
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	27

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе креативных технологий, которые используются при создании различных медиапродуктов, а также навыка использования технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

1. Получение знаний о системе креативных технологий и креативного процесса в целом;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
3. сформировать представление о творческом процессе, о его этапах, необходимых элементах;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Рекламный креатив» реализуется в блоке предметов по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форма обучения.

Изучение дисциплины «Рекламный креатив» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование», «Копирайтинг», «Питчинг в коммуникации», «Сценарное мастерство», «Дизайн современных медиа».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	20	20			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	16	16			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	0			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	8	8			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	4	4			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	8	8			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	52			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Семестр 1							
Раздел 1	36	18	10	4	6		8
Креативный процесс: понятие, этапы		8	4	2	2		4
Мозговой штурм и его вариации. Мейндинг и способы записывания идей.		10	6	2	4		4
Раздел 2	36	18	10	4	6		8
2.1. Морфологические анализ и его вариации		8	4	2	2		4
2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H. Работа с ассоциациями.		10	6	2	4		4
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	72	36	20	8	12		16
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Курс 1							
Раздел 1	36	28	4	2	2		8
Креативный процесс: понятие, этапы		14	2	1	1		4
Мозговой штурм и его вариации.		14	2	1	1		4
Раздел 2	36	24	4	2	2		8

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная
2.1. Морфологические анализ и его вариации		12	2	1	1			4
2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H		12	2	1	1			4
Контроль промежуточной аттестации (час)								
Общий объем, часов	72	52	8	4	4			16
Форма промежуточной аттестации	Зачет							

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Общий объем	36	16		10		10	

по семестру, часов							
-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. задания, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1.	28	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	5	Творческо е задание	5	Творческо е задание
Раздел 2.	24	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	5	Творческо е задание	5	Творческо е задание
Общий объем по модулю/семестру , часов	52	32		10		10	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1.

Тема 1.1. Креативный процесс: понятие, этапы

Цель: Познакомиться с основными этапами творческого процесса

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие креатива и творчества. Сущность творчества. Творчество как процесс создание нового. Творчество в науке, творчество в искусстве. Предпосылки творчество. Условия для творчества. Что такое свобода творчество. Вдохновение. Творчество как работа: ремесло или нет. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.

Подготовительный этап креатива. Бриф и техническое задание. Взаимодействие с клиентом. Получение обратной связи. Аналитическая работа как необходимый этап креативного процесса.

Тема 1.2.Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей.

Цель:*Дать представление о мозговом штурме, его особенностях, вариациях.*

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы создания креативного продукта. Типология методов. Метод мозгового штурма и его вариации. Метод шести шляп. Метод Уолта Диснея.

Майндмеп как инструмент для креативной работы. Работа с ассоциациями. Техника записи идей. Программы в сети интернет для совместной работы в технике майндмепинга.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: творческое задание

Тема – Реклама продукта с использованием техники майндмеп.

Описание.

Необходимо создать плакат, слоган, рекламный текст о продукте с использованием техники майндмеп. Студент готовит и показывает ментальную карту с ассоциациями первого, второго и третьего порядка. На основе ассоциаций 2 и 3 порядка он создает рекламный продукт.

Необходимо подготовить карту по 2 словам, к каждой карте по две идеи плаката, слоганов, текстов. Студент самостоятельно выбирает два слова для задания из предложенного списка. При необходимости студент может сузить понятие (хлеб – белый хлеб).

Слова: дом, сыр, стол, холодильник, окно, дверь, парикмахерская, вода, путешествие, машина, хлеб, самолет, кинотеатр.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления задания.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ КРАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – эссе.

Форма практического задания: творческое задание

Тема – решение проблемы с использованием техники 6 шляп.

Описание.

Разложить решение проблемы на 6 элементов с использованием техники 6 шляп. Проблема общая для студентов – развитие практических навыков студентов во время обучения. Нужно самостоятельно определить несколько инструментов, которые могут помочь расширить компетенции студентов, проанализировать их с помощью 6 шляп.

Объем – от 3500 знаков.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления эссе.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РАЗДЕЛ 2.

Тема 2.1. Морфологический анализ и его вариации

Цель: Получить навык работы с выбранными техниками..

Перечень изучаемых элементов содержания

Метод морфологического анализа. Техники записи результатов. Перебор вариантов.

Оценка эффективности метода.

Дельфийский метод. Эксперты, опросы, циклы. Аналитическая работа с методом.

Тема 2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H. Работа с ассоциациями.

Цель: изучить выбранные техники и отработать их в полевых условиях

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы с перебором определенных характеристик – морфологический анализ, методы Киплинга, SCAMPER.

Как работает. Как можно записывать. Что может быть результатом.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: творческое задание.

Тема – Решение проблемы с использованием техники SCAMPER.

Описание.

Студенту необходимо предложить не менее 4 решений проблемы с использованием техники SCAMPER. Проблема общая для студентов – кафе не может осуществлять больше свою деятельность из-за введенного карантина. Что может делать кафе еще, кроме организации он-лайн продажи своей продукции.

Объем – от 3500 знаков.

Примерными критериями оценки презентации являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- грамотность речи, отсутствие ошибок;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма практического задания: творческое задание.

Тема – Продуктовое решение с использованием техники морфологического анализа.

Описание.

Необходимо придумать, предложить технологические продуктовые решения по одному из видов продуктов или услуг. Студент готовит таблицу с морфологическим анализом, на основе нее готовит предложение по продукту или услуге.

Необходимо выбрать два слова из предложенных, разобрать из и подготовить по два решения по каждому выбранному слову.

Слова: дом, сыр, стол, холодильник, окно, дверь, парикмахерская, вода, путешествие, машина, хлеб, самолет, кинотеатр.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления эссе.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрой.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений

		для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
------------------------	---------------------------------------	--	------------------------------------

ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
------------	---------------------------	--	---

ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено</p>
ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6) баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие креатива и творчества. Сущность творчества.
2. Творчество как процесс создание нового.
3. Творчество в науке, творчество в искусстве.
4. Предпосылки творчество.
5. Условия для творчества. Что такое свобода творчество. Вдохновение.
6. Творчество как работа: ремесло или нет.
7. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.
8. Подготовительный этап креатива. Бриф и техническое задание.
9. Взаимодействие с клиентом. Получение обратной связи.
10. Аналитическая работа как необходимый этап креативного процесса.
11. Методы создания креативного продукта.
12. Типология методов.
13. Метод мозгового штурма и его вариации.
14. Метод шести шляп.
15. Метод Уолта Диснея.
16. Метод ментальных карт.
17. Морфологический анализ.
18. ТРИЗ.
19. Scamper
20. Фрирайтинг
21. Метод Киплинга.
22. Метод синектики.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

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, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

Теория решения изобретательских задач: научное творчество : учебное пособие для вузов / М. М. Зиновкина, Р. Т. Гареев, П. М. Горев, В. В. Утемов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11140-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455862>

5.1.2. Дополнительная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и	http://elibrary.ru/ 100% доступ

		полные тексты научных публикаций	
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение

самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7

2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

3.Справочно-правовая система Консультант+

4.Acrobat Reader DC

5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов	https://urait.ru/ 100% доступ

		России по различным дисциплинам	
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «Рекламный креатив» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 «Рекламный креатив» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Рекламный креатив» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Рекламный креатив» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Рекламный креатив» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Рекламный креатив» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



**Министерств
о науки и
высшего
образования
Российской
Федерации
Федеральное
государствен
ное
бюджетное
образователь
ное
учреждение
высшего
образования
«Российский
государствен
ный
социальный
университет
»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

И.В. Романов

_____ 28 мая _____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Создание коммерческого предложения

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная
Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы

(подпись)

И.О. Фамилия
М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета
ученая степень, ученое звание

(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

(подпись)

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,
Генеральный директор
Согласовано
Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

И.О. Фамилия
И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата	4
1.3 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)	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	24
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 учебной дисциплины	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	27
5.6 Образовательные технологии	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о формах и правилах создания коммерческих предложений с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по созданию взаимовыгодного для деловых партнеров коммерческого предложения в личной и безличной формах.

Задачи учебной дисциплины:

1. знать цели, задачи и функции коммерческой деятельности, сущность снабженческой и сбытовой деятельности коммерческих организаций;
2. знать содержание коммерческого предложения, виды коммерческих предложений в личной и безличной формах;
3. приобрести навыки создания коммерческих предложений в рекламных обращениях и директ-мэйл с использованием закона об уникальном торговом предложении;
4. уметь формулировать коммерческие предложения в деловом общении с клиентами и партнерами по бизнесу;
5. сформировать представление об основах коммерческого права, видах, содержании и порядке заключения хозяйственных договоров.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Создание коммерческого предложения» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Современные социальные коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Теория и практика рекламы;
- Стилистика и литературное редактирование и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Корпоративная коммуникация;
- Организация и проведение специальных событий;
- Международные коммуникации и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: **ПК-2, ПК-3**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

<i>Категория компетенций</i>	<i>Код компетенции</i>	<i>Формулировка компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<i>Профессиональная компетентность</i>	<i>ПК-2</i>	<i>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	<i>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</i> <i>ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</i>	<i>Знать</i> <i>специфику разных разных типов СМИ и других медиа</i> <i>Уметь</i> <i>анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта</i> <i>Владеть</i> <i>Технологиями авторской деятельности в области медиа</i>
	<i>ПК-3</i>	<i>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного</i>	<i>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</i> <i>ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</i> <i>ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного</i>	<i>Знать:</i> <i>основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</i> <i>Уметь:</i> <i>использовать на практике знания основных технологий</i>

		<i>продукта</i>	<i>продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</i>	<i>маркетинговых коммуникаций</i> <i>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</i>
--	--	-----------------	--	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Создание коммерческого предложения», изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	72	72			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	32	32			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			

Практические занятия	6	6				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	128	128				
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144				

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность коммерческого предложения	36	26	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							

Раздел 2. Создание коммерческого предложения в безличной форме	36	26	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Выдвижение коммерческого предложения в личной форме	36	26	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	36	26	10	4	6	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	144	104	40	16	24	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	104	40	16	24	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность коммерческого предложения	36	32	4	4	0	0	0

Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Создание коммерческого предложения в безличной форме	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Выдвижение коммерческого предложения в личной форме	36	32	4	2	2	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	36	32	4	2	2	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	144	128	16	10	6	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	128	16	10	6	0	0

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой	26	12	Подготовка к лекционным и практическим	12	Реферат	2	Контрольная работа

деятельности и сущность коммерческого предложения			занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС				
Раздел 2. Создание коммерческого предложения в безличной форме	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	12	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Выдвижение коммерческого предложения в безличной форме	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по семестру, часов	104	48		48		8	
Общий объем по дисциплине, часов	104	48		48		8	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой деятельности	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям,	15	Реферат	2	Контрольная работа

и сущность коммерческого предложения			самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС				
Раздел 2. Создание коммерческого предложения в безличной форме	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Организационно -управленческая работа
Раздел 3. Выдвижение коммерческого предложения в личной форме	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационно е задание	2	Организационно -управленческая работа
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационно е задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по семестру, часов	128	60		60		8	
Общий объем по дисциплине, часов	128	60		60		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СУЩНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ В БЕЗЛИЧНОЙ ФОРМЕ

РАЗДЕЛ 3. ВЫДВИЖЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ В БЕЗЛИЧНОЙ ФОРМЕ

РАЗДЕЛ 4. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ СДЕЛОК

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Создание коммерческого предложения» является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 знания основных технологий</p>	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений

	продукта	маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта
--	----------	--	---

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
-----------------	--------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------

ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
------------	---------------------------	--	---

ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	

ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	
------------	--------------------------	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Развитие коммерческой деятельности в России. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.
2. Сетевая торговля. Эволюция организационных форм розничной торговли, тенденции и перспективы развития.
3. Охарактеризуйте основные показатели эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия и методику их расчета.
4. Назначение и функции складов, их классификация, технологические и общетехнические требования к устройству. Определение потребности в складской площади и емкости.
5. Психология и этика коммерческой деятельности. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Этикет предпринимателя-коммерсанта и его составные части. Организация и ведение деловых переговоров.
6. Суть коммерческого предложения
7. Роль товарных знаков в коммерческой работе. Регистрация товарного знака, его использование, правовая охрана товарного знака, уступка товарного знака.
8. Ограничения в коммерческом предложении.
9. Организация хозяйственных связей в торговле и порядок их регулирования. Формы

- хозяйственных связей. Содержание договора поставки и коммерческо-правовой комментарий основных условий договора поставки.
10. Основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения розничных торговых предприятий. Организация и технология завоза товаров на предприятия розничной торговли.
11. Торговля на аукционах, конкурсах. Сущность и виды торгов, порядок проведения аукционов и конкурсов.
12. Классификация и функции розничных торговых предприятий. Специализация и типизация магазинов, основные принципы их размещения в городах и сельской местности.
13. Коммерческая информация и ее защита. Понятие коммерческой тайны и ее содержание. Обеспечение защиты коммерческой тайны.
14. Правовое регулирование коммерческого предложения.
15. Структура и композиция коммерческого предложения.
16. Содержание торгово-технологического процесса в магазине. Организация и технология розничной продажи товаров и их эффективность. Услуги, оказываемые покупателям магазинами.
17. Коммерческая работа по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой и розничной продаже товаров. Методы оптовой и розничной продажи товаров.
18. Организация и технология операций по поступлению, хранению и подготовке товаров к продаже в магазине. Размещение и выкладка товаров в торговом зале.
19. Биржевая торговля. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже.
20. Организация и технология розничной продажи товаров. Сущность и характеристика основных методов продажи товаров. Внемагазинные формы продажи товаров. Услуги, оказываемые покупателям магазинами.
21. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах). Порядок проведения аукциона. Организация проведения конкурсов (тендеров).
22. Основные правила розничной торговли и эксплуатации контрольно-кассовых машин. Правила особых видов торговли. Защита прав потребителей. Организация государственного контроля торговли.
23. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в магазинах и на складах. Порядок формирования торгового ассортимента на предприятиях розничной и оптовой торговли. Характеристика торгового ассортимента, показатели полноты и устойчивости (стабильности) ассортимента.
24. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе и в магазине. Основные направления совершенствования организации труда работников складов и магазинов.
25. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров. Понятие, сущность и задачи рекламы. Виды рекламных средств и условия их применения. Основы разработки рекламных объявлений и текстов. Эффективность рекламной деятельности.
26. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе. Классификация и характеристика основных видов тары, ее унификация и стандартизация. Организация тарного хозяйства в торговле.
27. Франчайзинг в рыночной экономике. Сущность франчайзинга, его виды и правовое регулирование.
28. Принципы и нормы проектирования предприятий торговли. Организация строительного проектирования. Особенности типового проектирования предприятий торговли.
29. Лизинг, его развитие в России. Формы лизинга. Типы и виды лизинга. Содержание

30. Коммерческое предложение в безличной форме.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Митрошенков О.А. Деловое общение: эффективные переговоры : Практическое пособие. 2-е изд. М.: Юрайт, 2020. 315 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/455770>.
2. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Промышленный (B2B) маркетинг: Учебник и практикум для вузов. 2-е изд. М.: Юрайт, 2020. 472 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466297>.

5.1.2. Дополнительная литература

3. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/485411> (дата обращения: 19.11.2021).
4. Синяева И.М., Жильцова О.Н., Земляк С.В., Синяев В.В. Коммерческая деятельность: Учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2020. 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450127>
5. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Промышленный (B2B) маркетинг: Учебник и практикум для вузов. 2-е изд. М.: Юрайт, 2020. 472 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466297>.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

6.

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных	Библиографическая и	http://www.scopus.com/

	международного индекса научного цитирования "Scopus"	реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

7.

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
 - запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
 - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;

- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1. .Операционная система Windows 7
2. 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3. 3.Справочно-правовая система Консультант+
4. 4.Acrobat Reader DC
5. 5.7-Zip

6. 6.SKY DNS

7. 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных	Библиографическая и	http://www.scopus.com/

	международного индекса научного цитирования "Scopus"	реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные и творческие задания, деловые игры, организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «Создание коммерческого предложения» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	1.09.2021



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Романов И.В.

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии поисковой оптимизации (SEO)

Направление подготовки

«Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

очная, заочная

Москва 2021

бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент

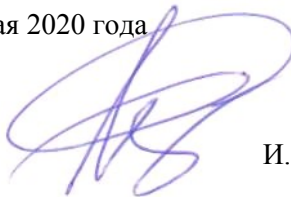


М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

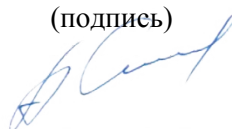


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «**Технологии поисковой оптимизации (SEO)**»;
2. овладение понятиями коммуникационных моделей и навыком их сравнительной характеристики;
3. формирование представлений о видах коммуникации и их отличительных признаках;
4. приобретение навыков разнокоммуникационного воздействия.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Технологии поисковой оптимизации (SEO)*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Технологии поисковой оптимизации (SEO)*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Интернет-маркетинг*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- «*Маркетинг в рекламном бизнесе*», «*Нативная реклама*», «*Мобильная реклама*».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ПК-2

ПК-3

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональная компетентность	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать специфику разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС	0	0			
Иная контактная работа	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	104	104			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	Зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	3		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4		
Практические занятия	8	4	4		
Лабораторные занятия	0	0	0		
Контактная работа в ЭИОС	0	0	0		
Иная контактная работа	0	0	0		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	124	64	60		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4		Зачет 4		

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	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					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинары/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
Осенний семестр								
Раздел 1. Веб-сайт как маркетинговый инструмент	36	26	10	4	6			
Раздел 2. Основы SEO-оптимизации	36	26	10	4	6			
Раздел 3. Технологии и специфика SEO-продвижения	36	26	10	2	8			
Раздел 4. Оценка эффективности поисковой оптимизации	36	26	10	2	8			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0							
Общий объем, часов	144	104	40	12	28			
Форма промежуточной аттестации	Зачет							

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
Модуль 1 (семестр 2)								
Раздел 1.1 Веб-сайт как маркетинговый инструмент	36	32	4	2	2			
Раздел 1.2 Основы SEO-оптимизации	36	32	4	2	2			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0							
Общий объем, часов	72	64	8	4	4			
Форма промежуточной аттестации								
Модуль 2 (семестр 3)								
Раздел 2.1 Технологии и специфика SEO-продвижения	36	32	4	2	2			
Раздел 2.2 Оценка эффективности поисковой оптимизации	36	32	4	2	2			
Контроль промежуточной аттестации (час)	4							
Общий объем, часов	144	128	16	10	6			
Форма промежуточной аттестации	Зачет							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	124	16	8	8	0	0	0

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

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Осенний семестр							
Раздел 1. Веб-сайт как маркетинговый инструмент	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Основы SEO-оптимизации	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 3. Технологии и специфика SEO-продвижения	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля

			изучение раздела в ЭИОС				по усмотрению преподавателя
Раздел 4. Оценка эффективности поисковой оптимизации	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	104	48		48		8	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся						Раздел, тема
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. задания, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
Модуль 1 (семестр 2)								
Раздел 1.1 Веб-сайт как маркетинговый инструмент	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Реферат			
Раздел 1.2 Основы SEO-оптимизации	32	15	Подготовка к	2	Реферат			

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся						Раздел, тема
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
			лекционными и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС					
Общий объем по модулю/семестру, часов	64	30		4				
Модуль 2 (семестр 3)								
Раздел 2.1 Технологии и специфика SEO-продвижения	30	14	Подготовка к лекционными и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Реферат	2		
Раздел 2.2 Оценка эффективности поисковой оптимизации	30	14	Подготовка к лекционными и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Реферат	2		
Контроль промежуточной аттестации (час)	60	28		28		4		

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся						Раздел, тема
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
Общий объем, часов	124	58	16	58		8		
Форма промежуточной аттестации	Зачет							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	124	16	8	8			

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Веб-сайт как маркетинговый инструмент

Цель: формирование знаний об особенностях веб-сайта как маркетингового инструмента

Перечень изучаемых элементов содержания

Место веб-сайта в деятельности фирмы. Функции и типы веб-сайтов. CRM в Интернете. Usability. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики. CMS-системы. HTML-верстка.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что входит в понятие «маркетинговая информация» в отношении веб-сайта предприятия?
2. Назовите основные функции и типы веб-сайтов.
3. Что означает Usability?
4. Что понимается под показателями интернет статистики?
5. Перечислите не менее пяти CMS-систем

РАЗДЕЛ 2. Основы SEO-оптимизации

Цель: формирование понятия о методах SEO-оптимизации и обучение навыкам работы с оптимизацией

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие SEO, его история и развитие. Методы SEO-оптимизации. Работа с внутренней оптимизацией. Внешнее окружение и его значение для сайта. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения. Основные поисковые системы, их характеристики. Количественный и качественный подход к оптимизации. Метод «5 шагов». Некорректные способы оптимизации сайта. Компетенции SEO-специалиста

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое Title новости в CMS-системе?
2. Назовите правила увеличения релевантности интернет-ресурса.
3. Что должно входить в словарь поисковых запросов?
4. Что такое Вордстат?
5. Что такое семантическое ядро сайта?

РАЗДЕЛ 3. Технологии и специфика SEO-продвижения

Цель: формирование знаний о специфике SEO-продвижения в сравнении с другими методами интернет-продвижения

Перечень изучаемых элементов содержания.

Внешние и внутренние факторы ранжирования. Алгоритмы поисковых систем. Индексация сайта. Сервисы для работы с SEO-оптимизацией. Ссылочная оптимизация. Вредоносные технологии в поисковой оптимизации. «Черное SEO».

Вопросы для самоподготовки:

1. Опишите критерии ранжирования сайтов поисковыми системами.
2. Назовите три различия между контент-маркетингом и SEO-продвижением
3. Что такое спамдексинг?
4. Раскройте понятия «профайлинг» и «персонализация».
5. Назовите не менее пяти систем администрирования сайтов

РАЗДЕЛ 4. Оценка эффективности поисковой оптимизации

Цель: формирование знаний об оценке эффективности результатов поисковой оптимизации

Перечень изучаемых элементов содержания.

Метрики оценки эффективности продвижения. А/В-тестирование. ROI. Основные KPI поисковой оптимизации. Методики использования Google.Analytics, Яндекс.Метрика. Вебвизор. Статистика LiveInternet.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое коллтрекинг и в чем его задача?
2. Расшифруйте аббревиатуру ЕСРС
3. Какой аналитический показатель свидетельствует о соответствии сайта ожиданиям пользователей, которые впервые на нем оказались?
4. Назовите три задачи сервиса Ahrefs.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1. — Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 1.

1. Типы сайтов.
2. Целевая аудитория сайта.
3. Основные принципы и методы поддержки сайтов
4. Юзабилити и Ui-Ux-дизайн.
5. SEO-продвижение и конструкторы сайтов.
6. Верстка сайдов на Tilda
7. Основы сайтостроения и передачи информации в Интернете.
8. HTML теги, атрибуты, текст, ссылки.
9. Структура сайта и способы её создания.
10. Оптимальная структура сайта-визитки

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.— Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 2.

1. Метод «5 шагов»
2. SEO-копирайтинг
3. Правила подборка ключевых слов
4. Семантическое ядро сайта
5. Способы минимизации текста
6. Контент-маркетинг и SEO-оптимизация: общее и различное
7. Ссылочная оптимизация.
8. Внутренние и внешние признаки ранжирования
9. Бенчмаркинг в SEO-продвижении
10. Оптимизация текстового контента
11. Оптимизация посадочных страниц
12. Принципы работы поисковых систем

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3— Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 3.

1. Инструменты для работы по оптимизации сайта.
2. Семантическое ядро и структура сайта
3. Анализ текущей индексации сайта.
4. Оптимизация внешнего влияния на поисковое продвижение

5. Характеристики оптимизируемого сайта.
6. Скрытие контента от поисковиков.
7. Работа с поведенческими факторами
8. Ссылочная масса и ссылочная стратегия
9. Спамдексинг
10. Составление ТЗ для подрядчиков по SEO-продвижению

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4 — Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 4.

1. Основные KPI в веб-аналитике
2. Форма отчета в Google Analytics для SEO-специалиста
3. A/B-тестирование
4. Автоматизация SEO-продвижения
5. Performance marketing
6. Основные настройки Google Analytics и Яндекс. Метрики.
7. Анализ конкурентов
8. ПО и сервисы для проведения конкурентного анализа.
9. Санкции поисковых систем

10. Фильтры поисковых систем

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Контрольная работа. В течение контрольной работы студент должен будет использовать знания, полученные на курсе «Технологии поисковой оптимизации (SEO)», для решения задач, связанных с перечнем изученных элементов содержания соответствующего раздела. Для получения положительной оценки за контрольную работу студент должен продемонстрировать навыки аналитической работы с литературой, способность провести самостоятельное исследование, сделать выводы на основе сведений, полученных из источников и научной литературы. Обязательным требованием к письменным работам является грамотность оформления и наличие научно-справочного аппарата.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Контрольная работа.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – Контрольная работа.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования	Показатель оценивания	Критерии и шкалы оценивания
-----------------	--------------------	-----------------------	-----------------------------

	компетенций	компетенции	
ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>

ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено</p>
ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6) баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Системы администрирования сайтов: основные характеристики, типы и функции
2. Веб-сайт как маркетинговый инструмент
3. Структура сайта и способы ее создания
4. Мобильные версии сайтов: виды, корректная настройка.
5. Понятие SEO, его история и развитие.
6. Методы SEO-оптимизации.
7. Ранжирование сайтов
8. Кворум, неточный поиск
9. Машинное обучение, Matrixnex и Rankbrain
10. Типы пользовательских запросов
11. Кластеризация запросов
12. Поисковая выдача: морфология и операторы поисковых запросов
13. Управление поведением роботов поисковых систем.
14. Работа с внутренней оптимизацией.
15. Внешнее окружение и его значение для сайта.
16. Оптимизация контента
17. Составление текстов для копирайтеров, написание технического задания.
18. Текстовый и графический контент, его оптимизация.
19. Основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.
20. История появления, сущность и развитие независимой зоны поисковых систем.

- | | |
|-----|---|
| 21. | Ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем. |
| 22. | Критерии оценки рекламной статьи в Интернете. |
| 23. | Поведенческие и коммерческие факторы ранжирования |
| 24. | Основные настройки Google Analytics |
| 25. | Основы работы с Яндекс.Метрикой: вебвизор, карта кликов, отслеживание форм. |
| 26. | Семантическое ядро: способы составления |
| 27. | ПО и сервисы для проведения конкурентного анализа. |
| 28. | Автоматизация работы над семантическим ядром |
| 29. | Работа с юзабилити. |
| 30. | Генерация метатегов, текстов, шаблонных страниц. |
| 31. | Автоматизация оптимизации. |
| 32. | Аддоны и плагины для работы над SEO-продвижением. |
| 33. | Фильтры и санкции поисковых систем |

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966> (дата обращения: 18.11.2021).

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, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477312> (дата обращения: 18.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

Авдониная, Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / Н. С. Авдониная. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14337-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477340> (дата обращения: 18.11.2021).

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>

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 учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в	http://elibrary.ru/ 100% доступ

	"eLIBRARY.ru"	области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 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 «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета коммуникативного менеджмента

/Романов И.В.

«28 мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Реклама и связи с общественностью в шоу-бизнесе и спорте

Наименование образовательной программы
Реклама и связи с общественностью

Направленность программы:
Современные социальные технологии

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью"

Уровень образования
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ - УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА

Наименование квалификации
БАКАЛАВР

Очная форма обучения, заочная форма обучения

Москва 2020

Рабочая программа учебной дисциплины «**Реклама и связи с общественностью в шоу-бизнесе и спорте**» разработана на основании федерального государственного

образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

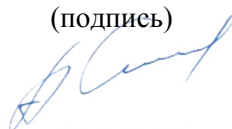


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	5
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	6
3. Содержание учебной дисциплины.....	8
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	8
3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения.....	9
4. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	10
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине.....	24
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	25
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	25
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	24
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	25
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	26
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	27
6.1. Основная литература.....	27
6.2. Дополнительная литература.....	27
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	289
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	29
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	30
9.1. Информационные технологии.....	31
9.2. Программное обеспечение (при необходимости).....	31
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости).....	31
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	32
11. Образовательные технологии.....	32
12. Лист регистрации изменений.....	33

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о комплексной разработке, управлении и анализе рекламной и пиар-деятельности в шоу-бизнесе и спорте

Задачи учебной дисциплины:

1. формирование понятий о деятельности коммуникаций в шоу-бизнесе и спорте
2. освоение приемов генерации идей в шоу-бизнесе и спорте, выработка навыков реализации проектов в составе рабочей команды;
3. формирование компетенций по осуществлению предварительной разработки и оценки с точки зрения менеджера проектов в данной сфере
4. формирование умений применять полученные знания в практической деятельности, решать практические задачи

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Реклама и пиар в шоу-бизнесе и спорте» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки / специальности **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** среди дисциплин по выбору

Изучение учебной дисциплины «Реклама и пиар в шоу-бизнесе и спорте» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Введение в коммуникацию и профессиональные творческие мастерские»,

Изучение учебной дисциплины «Реклама и пиар в шоу-бизнесе и спорте» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «Поведение потребителей», «Организация специальных событий», "Технологии брендинга".

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-----------------------	-----------------	--------------------------	--	---------------------

<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-1</p>	<p>способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	<p>ПК-3</p>	<p>способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p>

			реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	ий Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
--	--	--	--	---

2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетных единицы, зачет в 5 семестере

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	5
Аудиторные учебные занятия, всего	40	16
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем		
Учебные занятия лекционного типа	16	8
Учебные занятия семинарского типа	24	8
Лабораторные занятия	0	0
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	86	56
В том числе:		
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	38	26
Выполнение практических заданий	38	26
Рубежный текущий контроль	10	4
Вид промежуточной аттестации, контроль (час)	54	зачет
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	5	2

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	
		5
Аудиторные учебные занятия, всего	20	8
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:	20	8
Учебные занятия лекционного типа	8	4
Учебные занятия семинарского типа	12	4
Лабораторные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	160	64
В том числе:		
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	92	36
Выполнение практических заданий	58	24
Рубежный текущий контроль	10	4
Вид промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)		Зачет
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	5	2

3. Содержание учебной дисциплины

3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 180 ч.

Объем самостоятельной работы, включая часы на рубежный контроль – 140 часов.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия
Модуль 1 (семестр 5)						
Тема 1.1. Природа шоу-бизнеса. Спорт как шоу-биз	36	28	8	4	4	0
Тема 1.2. Подходы к понятию «звезда»	36	28	8	4	4	0
Общий объем, часов	72	56	16	8	8	0
Форма промежуточной аттестации	зачет					
Модуль 2 (семестр 6)						
Тема 2.1.	36	28	8	4	4	0

Тема 2.2.	36	28	8	2	6	0
Тема 2.3.	36	28	8	2	6	0
Общий объем, часов	108	84	24	8	16	0
Форма промежуточной аттестации	экзамен					

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (очная форма)

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация) час
Модуль 1 (семестр 5)								
Раздел 1.1	28	13	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 1.2	28	13	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	56	26		26		4		0
Форма промежуточной аттестации	зачет							
Модуль 2 (семестр 6)								
Раздел 2.1	28	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по	18

			раздела в ЭИОС				усмотрению преподавателя	
Раздел 2.2	28	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Раздел 2.3	28	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Общий объем, часов	84	12		12		6		54
Форма промежуточной аттестации	экзамен							

заочная форма

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация) час
Модуль 1								
Раздел 1.1	50	24	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	24	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 1.2	52	24	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	24	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по	0

							усмотрению преподавателя	
Общий объем, часов	102	48		48		4		0
Форма промежуточной аттестации	зачет							

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

Раздел 1.

Шоу-бизнес — это крупная и быстро развивающаяся сфера мировой экономики, приносящая многомиллиардные доходы. Наряду с этими тенденциями наблюдается значительное увеличение конкуренции в сфере шоу-бизнеса, растущее значение системы взаимоотношений с потребителями, степени удовлетворения их потребностей. Данные обстоятельства объясняют растущий интерес к маркетингу шоу-бизнеса и как концепции управления, и как инструменту воздействия. Привлекательность и прибыльность шоу-бизнеса в развитых странах мира, в том числе и России обусловлены быстрым расширением сферы услуг в целом, растущими потребностями населения в услугах индустрии развлечений, стремительным развитием научно-технического прогресса и технологий, глобализацией рынков.

В России шоу-бизнес довольно молод относительно мировой практики. До перестройки шоу-бизнеса не существовало как такового, поскольку в рамках административно-командной системы было невозможно выполнение одного из самых главных условий сферы шоу-бизнеса - осуществление коммерческой деятельности в полном смысле этого слова.

В недавнем прошлом в культурно-досуговом комплексе были широко представлены как бюджетные учреждения, так и хозрасчетные предприятия. Однако грань, отделявшая первых от вторых, отнюдь не была границей между некоммерческим сектором, с одной стороны, и полем предпринимательской деятельности - с другой. Само понятие «шоу-бизнес» появилось в нашей стране только с переходом к рыночным отношениям. Деятельность большинства организаций в культурно-досуговом комплексе жестко регулировалась, была предельно идеологизирована и ориентировалась на цели, не способные находить адекватного выражения в спросе населения. При этом фактическое отсутствие самостоятельности как в отношении содержания деятельности, так и в отношении маневра ресурсами, было присуще и многим из тех организаций культурно-досугового комплекса, которые считались хозрасчетными.

Как правило, ученые и специалисты в своих научных трудах и публикациях рассматривают либо более широкие понятия, такие как культура, искусство, индустрия развлечений, либо более узкие, характеризующие отдельные виды творческой деятельности: эстраду, театр, кино, телевидение и т.д.

Раздел 2

В современном мире общественное мнение все больше влияет на деятельность компаний. В настоящее время роль PR-технологий и рекламы колоссальна во всех областях. В сфере культуры и шоу-бизнеса она оценивается, особенно на высоком уровне. В связи с этим, целесообразно было бы определить те знания о шоу PR, что существуют на данный момент, а также пересмотреть западный опыт и возможность его применения в России. В шоу-бизнесе не любят делиться информацией. В этот мир нельзя войти, не зная его структуры, правил игры, технологий, тайн, устоявшихся схем. PR-технологии используются не только в интересах руководства компаний (корпоративный PR), политиков (политический PR), но также звезд шоу бизнеса (шоу PR). Шоу PR в России основывается чисто на интуитивных, нигде не написанных принципах, можно сказать, что он развивался своим, отличным от западного путём, что обуславливали культурные различия и различия в менталитете. Однако в настоящий момент, шоу PR становится всё более значимым, поскольку развивается и шоу-бизнес в целом, т.к. наши звёзды выходят на мировой уровень.

Проблемы теории и практики маркетинга шоу-бизнеса как системы нашли еще малое отражение в зарубежной и отечественной экономической литературе. Вместе с тем современный этап развития

сферы услуг, потребностей населения, научно-технического прогресса, конкуренции выдвигает задачи совершенствования управления сферой шоу-бизнеса, требующего внедрения современных принципов и методов маркетинга, позволяющего обеспечить адекватное удовлетворение потребностей человека в развлечениях и достижение целей организации. Однако по-прежнему, существует значительный дефицит в таких областях как комплексных, систематизированных теоретических и практических знаний в области управления предпринимательской деятельностью в сфере шоу-бизнеса, включая маркетинг и менеджмент. Наряду с этим, маркетинг применительно к сфере шоу-бизнеса, используя положения общей теории маркетинга, принимая во внимание его особенности как специфического вида деятельности, закладывает теоретические основы нового направления в маркетинге — маркетинга шоу-бизнеса. Поэтому исследования организации маркетингового управления в сфере шоу-бизнеса следует признать важными и актуальными.

Раздел 3

Всплеск интереса к оценке эффективности PR поднялся несколько лет назад, когда сфера PR-деятельности увеличилась в масштабе и поднялась на более высокий профессиональный уровень и когда сами практики все чаще стали сталкиваться с необходимостью отвечать за свою работу.

Далее необходимо провести четкую дифференциацию между измеряемыми промежуточными PR-результатами, которые обычно являются краткосрочными и поверхностными [например, количество используемых СМИ или эффективность распространение в обществе какого-то конкретного сообщения] и PR-последствий [основных итогов], которые обычно имеют сильное влияние и далекоидущие последствия в будущем [например, определение того, насколько проведенная программа изменила уровень отношения, понимания, сознания и возможного поведения]

Чтобы подготовить базу для оценки результатов PR-кампаний, перед началом активной деятельности необходимо установить четкие программные цели и желаемый результат. В свою очередь, PR-задачи должны быть напрямую связаны со всеми целями бизнес-программы организации.

Несмотря на особую важность этапа оценки содержания сообщений в СМИ, их частоту, охват и т.д. [медиа-контент], все же нужно рассматривать данный этап только как первый шаг в процессе оценки всего PR-процесса. Данный шаг подразумевает измерение и оценку возможного воздействия PR-сообщений на аудиторию и фактического покрытия СМИ. Но, как бы то ни было, это шаг сам по себе не может достоверно показать, например, видела ли целевая аудитория предназначенные для неё сообщения и отреагировала ли на них каким-либо образом.

Нужно быть осторожным при попытке точного сравнения PR-эффективности с эффективностью рекламных акций, т.к. эти две коммуникативные формы достаточно сильно отличаются друг от друга. Нужно принимать во внимание тот факт, что процесс размещения рекламных сообщений, в отличие от размещения PR-сообщений, более контролируем.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Выберите одну **цитату** из предложенных ниже работ авторов, напишите по ней эссе, раскрыв смысл и обозначив разные аспекты поставленной автором проблемы (затронутой темы); сформулируйте своё отношение к позиции, занятой автором; обоснуйте это отношение.

При изложении своих мыслей по поводу различных аспектов поднятой проблемы (обозначенной темы), при аргументации своей точки зрения используйте *знания*, полученные при изучении раздела, соответствующие *понятия*, а также *факты* общественной жизни и собственный *жизненный опыт*.

1. Тощенко Ж.Т. Социальное проектирование // Тезаурус социологии. Тематический словарь-справочник / Под ред. Тощенко Ж.Т. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
2. Бестужев-Лада И.В., Наместникова Г.А. Технологии прогнозных разработок социальных проектов. М., 2006

3. Луков В.А. Социальное проектирование: учебное пособие / В.А. Луков. – М.: Издательство Московского гуманитарного университета: Флинта, 2008.
4. Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование: Учебное пособие. - Ростов н/Д: "Феникс", 2001.
5. Леньков Р.В. Социальное прогнозирование и проектирование: учеб. пособие для бакалавров по направлениям подготовки 040100 «Социология», 080200 «Менеджмент» / Р.В. Леньков. – М.: ЦСП и М, 2013.
6. Управление социальным проектом: практикум для некоммерческих организаций / Волгогр. ин-т гражданского общества, Центр гражданского образования. - Волгоград: Принт, 2009.
7. Долгоруков А.М. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения. URL: http://www.vshu.ru/lections.php?tab_id=3&a=info&id=2600.
8. Романов П. В. Стратегия кейс-стади в исследовании социальных служб // Социс – социологические исследования. - 2005. - № 4.
9. Арканова Т. А. Использование метода кейс-стади в профессиональной подготовке студентов-экономистов // Вестник университета Российской академии образования. – 2011.
10. Федянин Н., Давиденко В. Чем «кейс» отличается от чемоданчика? // Обучение за рубежом. - 2000. - № 7.
11. Катаева В.И. Социальное проектирование в муниципальных образованиях: Монография.-М.: Кейп Паблицерз, 2009.
12. Горлова Н.И., Крутицкая Е.В. Троска З.А. Проектирование и моделирование в социальной работе.-М., 2015.
13. Гатина Л.И. Социальное проектирование: учебно-методическое пособие. – Казань: Изд-во Казан.гос. технол. Университета, 2008.
14. Автономов А.С. Очерк основ проектного подхода// Социальное проектирование и прозрачность власти. Теория и практика. Методический сборник/Под общ. Ред. Н.Л. Хананашвили-М.: Национальная Ассоциация благотворительных организаций, 2008.
15. Луков В.В. Социальное проектирование: учеб. Пособие.-М.: Изда-во Московского гуманитарного университета, 2007.

Методические указания к написанию эссе

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

В "Толковом словаре иноязычных слов" Л.П. Крысина эссе определяется как "очерк, трактующий какие-нибудь проблемы не в систематическом научном виде, а в свободной форме".

"Большой энциклопедический словарь" дает такое определение: "Эссе - это жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнuto индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь".

"Краткая литературная энциклопедия" уточняет: "Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, трактующее частную тему и представляющее попытку передать индивидуальные впечатления и соображения, так или иначе с нею связанные".

Некоторые признаки эссе:

- наличие конкретной темы или вопроса. Произведение, посвященное анализу широкого круга проблем, по определению не может быть выполнено в жанре эссе.

- эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

- как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем-либо, такое произведение может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или чисто беллетристический характер.

- в содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора - его мировоззрение, мысли и чувства.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов;

2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Специалисты полагают, что должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Впрочем, стиль отражает особенности личности, об этом тоже полезно помнить.

Правила написания эссе

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.
- В отличие от реферата, который адресован любому читателю, поэтому начинается с "Я хочу рассказать о...", а заканчивается "Я пришел к следующим выводам...", эссе - это **реплика**, адресованная подготовленному читателю (слушателю). То есть человеку, который в общих чертах уже представляет, о чем пойдет речь. Это позволяет автору эссе сосредоточиться на раскрытии нового и не загромождать изложение служебными деталями.

Требования к эссе

1. Общий объем эссе составляет до 7 тыс. знаков (с пробелами), шрифт Times New Roman 14, одинарный межстрочный интервал

2. **Структура эссе**

1) Цитата.

Выбирая высказывания для эссе, **вы должны быть уверены, что**

- владеете основными понятиями о проектировании;
- четко понимаете смысл высказывания;
- можете выразить собственное мнение (полностью или частично согласиться с высказыванием или опровергнуть его);
- знаете термины, необходимые для грамотного обоснования личной позиции на теоретическом уровне (при этом используемые термины и понятия должны четко соответствовать теме эссе и не выходить за её пределы);
- сумеете привести примеры из социальной практики, истории, литературы, а также личного жизненного опыта для подтверждения собственного мнения.

2) Проблема, поднятая автором в цитате; её актуальность.

После формулировки проблемы необходимо указать **актуальность проблемы** в современных условиях. Для этого можно использовать фразы-клише:

Данная проблема является актуальной в условиях...

- *...глобализации общественных отношений;*

- ...формирования единого информационного, образовательного, экономического пространства;
- ...обострения глобальных проблем современности;
- ...особого противоречивого характера научных открытий и изобретений;
- ...развития международной интеграции;
- ...современной рыночной экономики;
- ...развития и преодоления мирового экономического кризиса;
- ...жесткой дифференциации общества;
- ...открытой социальной структуры современного общества;
- ...формирования правового государства;
- ...преодоления духовного, нравственного кризиса;
- ...диалога культур и т.д.

К проблеме необходимо **периодически возвращаться** на протяжении всего процесса написания эссе. Это нужно для того, чтобы верно раскрыть её содержание, а также случайно не выйти за рамки проблемы и не увлечься рассуждениями, не относящимися к смыслу данного высказывания (это одна из наиболее распространенных ошибок во многих эссе).

3) Смысл высказывания.

Далее необходимо раскрыть смысл высказывания, но не стоит повторять дословно высказывание. В этом случае можно использовать следующие клише:

- «Смысл данного высказывания состоит в том, что...»
- «Автор обращает наше внимание на то, что...»
- «Автор убеждён в том, что...»

4) Собственная точка зрения.

Здесь можно **согласиться с автором полностью**, можно **частично**, опровергнув определенную часть высказывания, или **поспорить** с автором, высказав противоположное мнение. При этом можно воспользоваться фразами-клише:

- «Я согласен с автором в том, что...»
- «Нельзя не согласиться с автором данного высказывания по поводу...»
- «Автор был прав, утверждая, что...»
- «На мой взгляд, автор совершенно четко отразил в своем высказывании картину современной России (современного общества... ситуацию, сложившуюся в обществе... одну из проблем современности)»
- «Позволю себе не согласиться с мнением автора о том, что...»
- «Отчасти, я придерживаюсь точки зрения автора по поводу..., но с ... не могу согласиться»
- «А не задумывались ли вы над тем, что...?»

5) Аргументация на теоретическом уровне.

б) Не менее двух примеров из социальной практики, истории и/или литературы, подтверждающие верность высказанных суждений.

В 5-6 пунктах следует обосновать собственное мнение по данной проблеме. Для этого необходимо подобрать аргументы (доказательства), то есть вспомнить основные термины, теоретические положения.

Аргументация должна быть осуществлена на двух уровнях:

1. **Теоретический уровень** — его основой являются теоретические знания (понятия, термины, противоречия, направления научной мысли, взаимосвязи, а также мнения учёных, мыслителей).

2. **Эмпирический уровень** — здесь возможны два варианта:

- а) использование примеров из истории, литературы и событий в обществе;
- б) обращение к личному опыту.

При отборе фактов, примеров из общественной жизни и личного социального опыта мысленно ответьте себе на вопросы:

1. Подтверждают ли они моё мнение?
2. Не могут ли они быть истолкованы по-другому?

3. Не противоречат ли они высказанному мной тезису?

4. Убедительны ли они?

Предлагаемая форма позволит строго контролировать адекватность приводимых аргументов и предотвратит «уход от темы».

7) Вывод.

Вывод не должен дословно совпадать с суждением, данным для обоснования: он сводит воедино **в одном-двух предложениях основные идеи аргументов и подводит итог рассуждений**, подтверждающий верность или неверность суждения, являвшегося темой эссе.

Для формулирования проблемного вывода могут быть использованы фразы-клише:

- «Таким образом, можно сделать вывод...»
- «Подводя общую черту, хотелось бы отметить, что...»

Каждый из 7 пунктов эссе начинается с нового абзаца

Дополнительным достоинством эссе является включение в него

- краткой информации об авторе высказывания (например, «выдающийся французский философ-просветитель», «великий русский мыслитель Серебряного века», «известный философ-экзистенциалист», «основатель идеалистического направления в философии» и др.);
- описания различных точек зрения на проблему или различных подходов к ее решению;
- указания на многозначность используемых понятий и терминов с обоснованием того значения, в каком они применяются в эссе;
- указания на альтернативные варианты решения проблемы.

Примерный алгоритм-схема подготовки эссе

1. Цитата	<i>«Человек имеет свободу выбора, ибо в противном случае советы, увещания, назидания, награды и наказания были бы бессмысленны».</i> (Ф. Аквинский)
2. Проблема, поднятая автором, её актуальность	Проблема сознательного регулирования поведения людей является актуальной в условиях современного общества, характеризующегося усилением взаимозависимости и взаимосвязи людей друг с другом.
3. Смысл высказывания	Главным проявлением сознательности поведения человека Фома Аквинский считает возможность человека определять свое поведение в соответствии с личным свободным выбором. Автор уверен, что лишь в этом случае он должен нести ответственность за свои действия, только тогда социальные санкции имеют смысл и способны воздействовать на индивида.
4. Для аргументации на теоретическом уровне необходимо раскрыть тезисы и понятия:	Способы сознательного регулирования поведения человека. Свобода и ответственность в поведении человека. Пределы, в которых осуществляется выбор. Роль социальных санкций в формировании определённого типа поведения людей в обществе.
5. Примеры	1. Солдат, исполняющий приказ, не несет ответственности за свои действия, если он находится при исполнении обязанностей, так как у него нет свободы выбора. 2. Невменяемый душевнобольной человек в силу психического расстройства не в состоянии делать осознанный выбор поведения, поэтому УК РФ не рассматривает его в качестве субъекта совершения преступления и не предусматривает его уголовной ответственности.

Критерии оценки эссе

При всем разнообразии подходов к технологии написания эссе можно выявить ряд требований, которые в любом случае необходимо выдержать:

- 1) адекватное понимание проблемы и смысла высказывания;

- 2) соответствие содержания эссе заявленной проблеме;
 - 3) выделение и раскрытие в эссе основных аспектов проблемы, на которые указывает автор высказывания;
 - 4) аспекты проблемы должны быть раскрыты в заданном научном контексте;
 - 5) четкая определенность позиции автора эссе, его отношения к проблеме, к мнению автора высказывания;
 - 6) обоснование собственной позиции на теоретическом уровне;
 - 7) подкрепление приведённых теоретических положений осмысленными фактами общественной жизни, социального поведения, личного опыта;
 - 8) логичность рассуждений автора эссе;
 - 9) отсутствие теоретических (сущностных, терминологических) и иных (фактических, логических, этических) ошибок;
 - 10) соответствие эссе требованиям жанра и нормам русского языка.
- Главное внимание уделяется качеству работы, адекватности и полноте раскрытия проблемы.

№	Критерии оценивания эссе	Баллы
1	Раскрытие смысла высказывания	1
	Смысл высказывания раскрыт. ИЛИ содержание ответа дает представление о его понимании	1
	Смысл высказывания не раскрыт, содержание ответа не дает представления о его понимании	0
2	Характер и уровень теоретической аргументации	2
	<i>Наличие ошибочных с точки зрения научного обоснования положений ведет к снижению оценки по этому критерию на 1 балл с 2 баллов до 1 балла, с 1 балла до 0 баллов)</i>	
	Избранная тема (в одном или нескольких аспектах по усмотрению автора эссе) раскрывается с опорой на соответствующие понятия, теоретические положения, рассуждения, выводы.	2
	В ответе приводятся отдельные, относящиеся к теме, ноне связанные между собой и с другими компонентами аргументации понятия или положения.	1
	Аргументация на теоретическом уровне отсутствует (смысл ключевых понятий не объяснен, теоретические положения, рассуждения и выводы отсутствуют). ИЛИ Используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой.	0
3	Качество фактической аргументации	2
	<i>Аргументы, содержащие фактические и смысловые ошибки, приведшие к существенному искажению сути высказывания и свидетельствующие о непонимании используемого исторического, литературного, географического и (или) другого материала, не засчитывается при оценивании.</i>	
	Факты и примеры, относящиеся к обосновываемому (-ым) тезису(-ам), почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, материалы учебных предметов, факты личного социального опыта и собственные наблюдения. Приведено не менее двух примеров из различных источников.	2
	Фактическая аргументация, относящаяся к обосновываемому (-ым) тезису (-ам), дана с опорой только на личный социальный опыт и житейские представления. ИЛИ Приведены относящиеся к обосновываемому (-ым) тезису (-ам) примеры из источника одного типа. Приведен только один относящийся к обосновываемому (-ым) тезису (-ам) пример.	1
	Фактическая аргументация отсутствует. ИЛИ Приведенные факты не соответствуют обосновываемому тезису.	0
	Максимальный балл	5

Количество	< 3	3 >
-------------------	-----	-----

баллов		
Зачет	не зачтено	зачтено

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Тестирование
на аудиторных занятиях

По разделу 2 «Управление проектами»: решение кейс-заданий

ЗАДАНИЕ 1. Перечень трех лучших формулировок цели

Уважаемы коллеги!

1. Ознакомьтесь с презентациями, в которых представлены формулировки целей реальных и учебных проектов (см. Нулевой блок «Банк проектных идей»).
P.S. В папке содержатся 20 презентаций реальных молодежных проектов, представленных экспертной комиссии (в период с 2009 по 2013 годы) для получения денежного гранта в рамках Всероссийского конкурса проектов Росмолодежи.
2. Выберите лучшие 3, на ваш взгляд, цели с точки зрения точности и грамотного использования в этих презентациях такого инструмента, как SMART-тест.
3. Представьте свой выбор в таблице по образцу.

Объём ответа - до 2 000 знаков с пробелами.

Образец

ТРИ ЛУЧШИЕ ФОРМУЛИРОВКИ ЦЕЛИ

	Название проекта	Формулировка цели проекта
1.	ТЕТРАТЕК	<i>Провести пиар-компанию для 1000 потенциальных абитуриентов вуза МРОТ посредством раздачи 2 000 бесплатных тетрадей с рекламой вуза и контактами приемной комиссии в период с апреля по май на территории Калужской области.</i>
2.		
3.		

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Тестирование
на аудиторных занятиях

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.

Контрольными мероприятиями промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине являются дифференцированные зачеты в пятом и шестом семестрах и экзамен в седьмом, которые проводятся в устной форме.

5.2 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. 4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап Формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-1, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал,

		<p>изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>исчерпывающе, последовательно, грамотно и логично стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает</p>
--	--	--	---

			<p>неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ПК-1, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при</p>
ПК-1, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p>	

		<p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания,</p>
--	--	--	--

			<p>сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	--

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Теоретический блок вопросов:

1. Поиск и выбор партнеров по некоммерческой деятельности
2. Использование механизмов маркетинга в деятельности некоммерческих организаций. Молодежные некоммерческие проекты – перспективное направление в PR .
3. Кадровая политика в некоммерческом молодежном секторе. Волонтеры
4. Смета как составная часть благотворительной программы
5. Принципы фандрейзинга
6. Проблемы измерения результатов деятельности в социальной сфере
7. Понятие благотворительности. Основные направления благотворительности, развитые в разных странах
8. Понятие и структура благотворительной программы
9. Социально ответственная политика компаний. Качественно новый подход к формированию миссии организации.
 1. Взаимодействие государственных органов, коммерческих и некоммерческих
 2. молодежных программ и проектов
11. Проблемы и перспективы развития некоммерческого молодежного сектора российской экономики

5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестации по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

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

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.

6.1. Основная литература:

6.1. Основная литература

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/42522>.

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455249>.

6.2. Дополнительная литература

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

6.3. Литература на иностранных языках

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)—Fifth Edition by Project Management Institute
2. The Fast Forward MBA in Project Management (Fast Forward MBA Series) by Eric Verzuh
3. Making Things Happen: Mastering Project Management (Theory in Practice) by Scott Berkun
4. Strategic Project Management Made Simple: Practical Tools for Leaders and Teams by Terry Schmidt
5. Project Management: Strategic Design and Implementation by David Cleland
6. Managing Projects: Expert Solutions to Everyday Challenges (Pocket Mentor) by Harvard Business School Press
7. Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach by Charles W. L. Hill Hardcover

7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	http://e-heritage.ru/index.html 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ

	вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся проектного модуля «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 лабораторной работе и занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения лабораторной работы и учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

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

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

Подготовка к зачету и экзамену.

К зачету и экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

9.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

9.2. Программное обеспечение

1. Microsoft Office (Word, Excel),

9.3. Информационные справочные системы

Обучающиеся по программе имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»	Журналы издательства «Гребенников».	http://grebennikon.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
4.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
5.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
6.	ЭБС «Библиороссика»	Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые	http://bibliorossica.com

		учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде. 5100 изданий открытого доступа	100% доступ
7.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
8.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.

10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» 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 рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

11. Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

12.Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета


_____ Романов И.В.

28.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Наружная реклама»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность "Современные социальные коммуникации"

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Наружная реклама» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

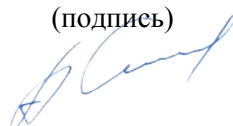
ЗАО «Аргументы и факты»
Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group
Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор
Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	13
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	23
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	23
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	24
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	25
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	26
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	28
5.6. Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общие положения 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности наружной рекламы с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Наружная реклама»**;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов рекламной коммуникации в сфере наружного рекламирования;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях наружной рекламы в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов наружной рекламы в практику

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Наружная реклама»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины *«Наружная реклама»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Теория и практика рекламы»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Технологии брендинга»*. *«Правовые аспекты коммуникации»*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория	Код компетенции	Формулировка	Код и	Результаты
-----------	-----------------	--------------	-------	------------

компетенций	и	акомпетенци и	наименовани е индикатора достижения компетенции	обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетингов	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания

			ых коммуникац ий ПК 3.3 навыки реализации коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий	основных технологий маркетингов ых коммуникац ий Владеть: навыками реализации коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии маркетингов ых коммуникац ий
--	--	--	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			

ИКР	24	24			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	54			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Часы	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	Семинары	Малобюджетные проекты	Контактная работа
Раздел 1. «Наружная реклама»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Наружная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов Мобильной рекламы, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования Мобильной рекламы и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Мобильной рекламы»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский	13	9	3	1	2		

маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы							
Тема 5. Отличие Мобильной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	2		
Тема 6. Принципы оценки результатов Мобильной рекламы.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски Мобильной рекламы, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	7	3	0	3		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
---------------------	---

	Часы	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционно-тип	С	П	Контактнаярабо
Раздел 1. «Наружная реклама»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Наружная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов Мобильной рекламы, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования Мобильной рекламы и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Мобильной рекламы»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн,	13		3	1	1		

трассировка рекламы							
Тема 5. Отличие Мобильной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов Мобильной рекламы.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски Мобильной рекламы, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
---------	-------	---

Раздел 1. «Наружная реклама»: понятие, принципы и основные подхо ды	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоят ельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Раздел 2. Инструменты «Мобильной рекламы»	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоят ельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Общий объем, часов	92	44		44		4	

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

РАЗДЕЛ 1.«Наружная реклама»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Наружная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов Мобильной рекламы на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место Мобильной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения термина «Наружная реклама». Понятие и основные принципы «Мобильной рекламы». Понятие «Наружная реклама» (от англ. guerrillamarketing) было введено известным американским рекламистом Джеймсом Левинсоном в 1984 году. Он предложил малозатратные методы рекламы для малого бизнеса с небольшими бюджетами и высокой эффективностью. Но сейчас это также синоним нестандартных форм маркетинга, скрытых и неочевидных для потребителя.

Вопросы для самоподготовки:

1. определить роль «Мобильной рекламы» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов Мобильной рекламы;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта Мобильной рекламы.

Тема 2. Отличие приемов Мобильной рекламы, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Традиционно Наружная реклама подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. Александр Левитас (один из учеников Джеймса Левинсона), называл данные креативные продукты «трюки, фокусы и уловки, позволяющие добраться до клиентов прежде, чем это сделают ваши конкуренты». При этом необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите три главных признака Мобильной рекламы: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Мобильной рекламы.

Тема 3. Специфика функционирования Мобильной рекламы и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании Мобильной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Джеймсом Левинсоном рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Наружная реклама зачастую действует

«от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип Мобильной рекламы. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Мобильной рекламы.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта Мобильной рекламы.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для Мобильной рекламы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления Мобильной рекламы
2. Коммуникационные особенности Мобильной рекламы
3. Наружная реклама как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития Мобильной рекламы
5. Лучшие мировые кейсы Мобильной рекламы

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень тестовых заданий

Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).

Тема 1

- 1.1. Кто является автором понятия «Наружная реклама»?
- 1.2. В какой стране Наружная реклама получил наибольшее развитие на сегодняшний день?
- 1.3. Наружная реклама это:
 - низкобюджетный маркетинг;
 - вирусный маркетинг;
 - нелегальный маркетинг.

Тема 2.

- 2.1. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы?
 - виральность;
 - виртуальность;
 - вариативность.

2.2. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы?

- дешевизна;
- известный автор;
- черный юмор.

2.3. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы?

- использование нецензурной лексики;
- необычность, уникальность;
- медийный отклик.

Тема 3.

3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать Наружная реклама?

- желание купить;
- шок;
- желание сфотографировать и поделиться.

3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях Мобильной рекламы?

3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей Мобильной рекламы:

- опрос;
- наблюдение;
- контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты Мобильной рекламы

Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы

Цель: *представить Наружная реклама как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений*

Перечень изучаемых элементов содержания

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях Мобильной рекламы.

Тема 5. Отличие Мобильной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

Цель: научиться классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них Наружная реклама. Разграничить Наружная реклама, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного и Мобильной рекламы – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, Наружная реклама – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и Наружная реклама объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который Наружная реклама всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и Мобильной рекламы.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и Мобильной рекламы.

Тема 6. Принципы оценки результатов Мобильной рекламы

Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Мобильной рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки Мобильной рекламы, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки Мобильной рекламы;
2. Основные методы психологии для оценки Мобильной рекламы;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

Тема 7. Риски Мобильной рекламы, судебные и репутационные издержки.

Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.

Перечень изучаемых элементов содержания

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании Мобильной рекламы. Известные кейсы негативного влияния Мобильной рекламы на деятельность компаний и их представителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании Мобильной рекламы.

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.

Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги Мобильной рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?
2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Контрольная работа.

Тема: Методы создания эффективных проектов в области Мобильной рекламы.

Цель: выработать практические навыки проектирования Мобильной рекламы.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов Мобильной рекламы «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
3. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов Мобильной рекламы.

Содержание контрольной работы:

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов Мобильной рекламы, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах Мобильной рекламы.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции Мобильной рекламы;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода Мобильной рекламы.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода Мобильной рекламы и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Тема 4.

4.1. Что такое трассировка рекламы?

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

Тема 5.

5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от Мобильной рекламы?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия Мобильной рекламы и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

Тема 6.

6.1. Как расшифровывается аббревиатура RACE?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности Мобильной рекламы?

- социология и экономика;
- психология и социология;

- психология и культурология.

Тема 7.

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

Тема 8.

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги Мобильной рекламы.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных	Этап формирования навыков и получения опыта

		кампаний, проектов и мероприятий	
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-1, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и

			<p>излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части</p>
--	--	--	--

			программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ПК-1, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании:</p>
ПК-1, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании:</p>

			<p>[8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. **Место Мобильной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.**
2. Наружная реклама, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. **Функционирование Мобильной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.**
4. Классификация видов инновационного маркетинга и место Мобильной рекламы. Разграничение Мобильной рекламы, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
5. **Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Мобильной рекламы.**
6. **Наружная реклама как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.**
7. **Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге.**
8. **Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.**

Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

1. Определите основные условия применения методов Мобильной рекламы;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта Мобильной рекламы;
3. Определите три главных признака Мобильной рекламы.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Мобильной рекламы.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Мобильной рекламы.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта Мобильной рекламы.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами Мобильной рекламы, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта Мобильной рекламы.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

5.1.2. Дополнительная литература

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

NN	Название электронного	Описание электронного ресурса	Используемый для работы
-----------	----------------------------------	--	------------------------------------

	ресурса		адрес
1	Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
3	Научноенаследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	http://e-heritage.ru/index.html 100% доступ
4	Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
5	Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
6	Единое окно	Информационная система предоставляет свободный	http://window.edu.ru/library

	доступа к образовательным ресурсам	доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	100% доступ
7	Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Наружная реклама» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение

самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ

4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	База данных East View	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<p>Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ ResearcherID.</p> <p>Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/</p> <p>В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)"</p> <p>На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p> <p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Наружная реклама» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** 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 учебной дисциплины *«Наружная реклама»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Наружная реклама»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины *«Наружная реклама»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Наружная реклама»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Наружная реклама»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
-------	----------------------	--	-------------------------

	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021
--	--	--	------------



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета


_____ Романов И.В.

28.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Мобильная реклама»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность "Современные социальные коммуникации"

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Мобильная реклама» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

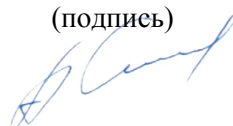


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	13
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	23
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	23
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	24
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	25
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	26
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	28
5.6. Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общие положения 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности мобильной рекламы с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «**Мобильная реклама**»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов корпоративной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях мобильной коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов мобильной коммуникации в практику деятельности компании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Мобильная реклама*» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Мобильная реклама*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «*Интернет-маркетинг*».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- «*Финансовый маркетинг*», «*Маркетинг в рекламном бизнесе*».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике

			маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
--	--	--	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			

ИКР	24	24			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	54			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	Семинары	Лабораторные работы	Контактная работа
Раздел 1. «Мобильная реклама»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Мобильная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов Мобильной рекламы, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования Мобильной рекламы и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Мобильной рекламы»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский	13	9	3	1	2		

маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы							
Тема 5. Отличие Мобильной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	2		
Тема 6. Принципы оценки результатов Мобильной рекламы.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски Мобильной рекламы, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	7	3	0	3		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
---------------------	---

	Часы	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционно-тип	С	П	Контактнаярабо
Раздел 1. «Мобильная реклама»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Мобильная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов Мобильной рекламы, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования Мобильной рекламы и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Мобильной рекламы»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн,	13		3	1	1		

трассировка рекламы							
Тема 5. Отличие Мобильной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов Мобильной рекламы.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски Мобильной рекламы, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
---------	-------	---

Раздел 1. «Мобильная реклама»: понятие, принципы и основные подхо ды	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоят ельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Раздел 2. Инструменты «Мобильной рекламы»	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоят ельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Общий объем, часов	92	44		44		4	

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

РАЗДЕЛ 1.«Мобильная реклама»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Мобильная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов Мобильной рекламы на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место Мобильной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения термина «Мобильная реклама». Понятие и основные принципы «Мобильной рекламы». Понятие «Мобильная реклама» (от англ. guerrillamarketing) было введено известным американским рекламистом Джеймсом Левинсоном в 1984 году. Он предложил малозатратные методы рекламы для малого бизнеса с небольшими бюджетами и высокой эффективностью. Но сейчас это также синоним нестандартных форм маркетинга, скрытых и неочевидных для потребителя.

Вопросы для самоподготовки:

1. определить роль «Мобильной рекламы» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов Мобильной рекламы;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта Мобильной рекламы.

Тема 2. Отличие приемов Мобильной рекламы, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Традиционно Мобильная реклама подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. Александр Левитас (один из учеников Джейма Левинсона), называл данные креативные продукты «трюки, фокусы и уловки, позволяющие добраться до клиентов прежде, чем это сделают ваши конкуренты». При этом необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите три главных признака Мобильной рекламы: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Мобильной рекламы.

Тема 3. Специфика функционирования Мобильной рекламы и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании Мобильной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Джеймсом Левинсоном рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Мобильная реклама зачастую действует

«от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип Мобильной рекламы. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Мобильной рекламы.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта Мобильной рекламы.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для Мобильной рекламы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления Мобильной рекламы
2. Коммуникационные особенности Мобильной рекламы
3. Мобильная реклама как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития Мобильной рекламы
5. Лучшие мировые кейсы Мобильной рекламы

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень тестовых заданий

Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).

Тема 1

- 1.1. Кто является автором понятия «Мобильная реклама»?
- 1.2. В какой стране Мобильная реклама получил наибольшее развитие на сегодняшний день?
- 1.3. Мобильная реклама это:
 - низкобюджетный маркетинг;
 - вирусный маркетинг;
 - нелегальный маркетинг.

Тема 2.

- 2.1. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы?
 - виральность;
 - виртуальность;
 - вариативность.

2.2. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы?

- дешевизна;
- известный автор;
- черный юмор.

2.3. Что является признаком креативного продукта Мобильной рекламы?

- использование нецензурной лексики;
- необычность, уникальность;
- медийный отклик.

Тема 3.

3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать Мобильная реклама?

- желание купить;
- шок;
- желание сфотографировать и поделиться.

3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях Мобильной рекламы?

3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей Мобильной рекламы:

- опрос;
- наблюдение;
- контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты Мобильной рекламы

Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы

Цель: *представить Мобильная реклама как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений*

Перечень изучаемых элементов содержания

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях Мобильной рекламы.

Тема 5. Отличие Мобильной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

Цель: научиться классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них Мобильная реклама. Разграничить Мобильная реклама, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного и Мобильной рекламы – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, Мобильная реклама – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и Мобильная реклама объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который Мобильная реклама всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и Мобильной рекламы.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и Мобильной рекламы.

Тема 6. Принципы оценки результатов Мобильной рекламы

Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Мобильной рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки Мобильной рекламы, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки Мобильной рекламы;
2. Основные методы психологии для оценки Мобильной рекламы;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

Тема 7. Риски Мобильной рекламы, судебные и репутационные издержки.

Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.

Перечень изучаемых элементов содержания

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании Мобильной рекламы. Известные кейсы негативного влияния Мобильной рекламы на деятельность компаний и их представителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании Мобильной рекламы.

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.

Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги Мобильной рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?
2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Контрольная работа.

Тема: Методы создания эффективных проектов в области Мобильной рекламы.

Цель: выработать практические навыки проектирования Мобильной рекламы.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов Мобильной рекламы «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
3. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов Мобильной рекламы.

Содержание контрольной работы:

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов Мобильной рекламы, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах Мобильной рекламы.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции Мобильной рекламы;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода Мобильной рекламы.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода Мобильной рекламы и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Тема 4.

4.1. Что такое трассировка рекламы?

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

Тема 5.

5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от Мобильной рекламы?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия Мобильной рекламы и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

Тема 6.

6.1. Как расшифровывается аббревиатура RACE?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности Мобильной рекламы?

- социология и экономика;
- психология и социология;

- психология и культурология.

Тема 7.

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

Тема 8.

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги Мобильной рекламы.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных	Этап формирования навыков и получения опыта

		кампаний, проектов и мероприятий	
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-1, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и

			<p>излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части</p>
--	--	--	--

			программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ПК-1, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании:</p>
ПК-1, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании:</p>

			<p>[8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. **Место Мобильной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.**
2. Мобильная реклама, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. **Функционирование Мобильной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.**
4. Классификация видов инновационного маркетинга и место Мобильной рекламы. Разграничение Мобильной рекламы, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
5. **Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Мобильной рекламы.**
6. **Мобильная реклама как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.**
7. **Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге.**
8. **Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.**

Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

1. Определите основные условия применения методов Мобильной рекламы;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта Мобильной рекламы;
3. Определите три главных признака Мобильной рекламы.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Мобильной рекламы.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Мобильной рекламы.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта Мобильной рекламы.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами Мобильной рекламы, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта Мобильной рекламы.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

5.1.2. Дополнительная литература

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

NN	Название электронного	Описание электронного ресурса	Используемый для работы
-----------	----------------------------------	--	------------------------------------

	ресурса		адрес
1	Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
3	Научноенаследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	http://e-heritage.ru/index.html 100% доступ
4	Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
5	Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
6	Единое окно	Информационная система предоставляет свободный	http://window.edu.ru/library

	доступа к образовательным ресурсам	доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	100% доступ
7	Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Мобильная реклама» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение

самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№	Названиеэлектронного ресурса	Описаниеэлектронного ресурса	Используемыйдляработыадрес
1.	ЭБС «Университетскаябиблиотекаонлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ

4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	База данных East View	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<p>Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ ResearcherID.</p> <p>Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/</p> <p>В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)"</p> <p>На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p> <p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Мобильная реклама» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** используются:

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

средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 учебной дисциплины *«Мобильная реклама»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Мобильная реклама»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины *«Мобильная реклама»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Мобильная реклама»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Мобильная реклама»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
-------	----------------------	--	-------------------------

	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021
--	--	--	------------



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Романов И.В.

28.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Локальный маркетинг»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность "Современные социальные коммуникации"

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Локальный маркетинг» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной
образовательной программы
к.ф.н., доцент

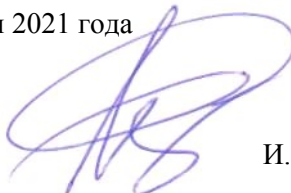


М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 9 от «27» мая 2021 года

Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

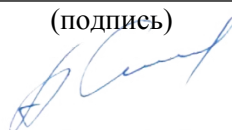


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Локальный маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов локального маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место локального маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии локального маркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Локальный маркетинг» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной из аочной с применением дистанционных образовательных технологий, формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «Локальный маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать

		коммуникационного продукта	основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	ь на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет в 5 семестре

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных	30	30			

занятий) (всего):					
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	78	78			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Лекции	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				Контактная работа
			Всего	Лекционного типа	С	П	
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и	43	39	15	4	11		

основные подходы							
Тема 1. «Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов локального маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования локального маркетинга и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Локального маркетинга»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13	9	3	1	2		
Тема 5. Отличие локального маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	2		
Тема 6. Принципы оценки результатов локального маркетинга.	13	9	3	1	2		

Тема 7. Риски локального маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	7	3	0	3		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	С	П	Контактная работа
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Локальный	17	16	5	1	1		

маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки							
Тема 2. Отличие приемов локального маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования локального маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Локального маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие локального маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов локального маркетинга.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски локального маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				Контактная работа
			Всего	Лекционный тип	С	П	
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		

Тема 2. Отличие приемов локального маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования локального маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Локального маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие локального маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов локального маркетинга.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски локального маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными	13	9	3	1	0		

подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.							
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Локального маркетинга»	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям,	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного

			самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем, часов	78	36		38		4	

Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Локального маркетинга»	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

Общий объем, часов	92	44		44		4	
---------------------------	-----------	-----------	--	-----------	--	----------	--

Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активност	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Локального маркетинга»	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем, часов	92	44		44		4	

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

РАЗДЕЛ 1.«Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов локального маркетинга на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место локального маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения термина «Локальный маркетинг». Понятие и основные принципы «Локального маркетинга». Понятие «локальный маркетинг» (от англ. guerrillamarketing) было введено известным американским рекламистом Джейм Левинсоном в 1984 году. Он предложил малозатратные методы рекламы для малого бизнеса с небольшими бюджетами и высокой эффективностью. Но сейчас это также синоним нестандартных форм маркетинга, скрытых и неочевидных для потребителя.

Вопросы для самоподготовки:

1. определить роль «локального маркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов локального маркетинга;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта локального маркетинга.

Тема 2. Отличие приемов локального маркетинга, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Традиционно локальный маркетинг подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. – но с локальной символикой. Локальные эмблемы очень важны, необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите три главных признака локального маркетинга: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к локальному маркетингу.

3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта локального маркетинга.

Тема 3. Специфика функционирования локального маркетинга и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании локального маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Джей Левинсон рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. В локальном маркетинге – еще и в разных местах территории. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Локальный маркетинг зачастую действует «от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип локального маркетинга. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей локального маркетинга.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта локального маркетинга.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для локального маркетинга.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления локального маркетинга
2. Коммуникационные особенности локального маркетинга
3. Локальный маркетинг как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития локального маркетинга
5. Лучшие мировые кейсы локального маркетинга

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень тестовых заданий

Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).

Тема 1

1.1. Кто является автором понятия «локальный маркетинг»?

1.2. В какой стране локальный маркетинг получил наибольшее развитие на сегодняшний день?

1.3. Локальный маркетинг это:

- низкобюджетный маркетинг;
- вирусный маркетинг;
- нелегальный маркетинг.

Тема 2.

2.1. Что является признаком креативного продукта локального маркетинга?

- виральность;
- виртуальность;
- вариативность.

2.2. Что является признаком креативного продукта локального маркетинга?

- дешевизна;
- известный автор;
- черный юмор.

2.3. Что является признаком креативного продукта локального маркетинга?

- использование нецензурной лексики;
- необычность, уникальность;
- медийный отклик.

Тема 3.

3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать локальный маркетинг?

- желание купить;
- шок;
- желание сфотографировать и поделиться.

3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях локального маркетинга?

3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей локального маркетинга:

- опрос;
- наблюдение;
- контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты локального маркетинга

Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы

Цель: представить локальный маркетинг как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений

Перечень изучаемых элементов содержания

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях локального маркетинга.

Тема 5. Отличие локального маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

Цель: научиться классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них локальный маркетинг. Разграничить локальный маркетинг, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного и локального маркетинга – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, локальный маркетинг – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и локальный маркетинг объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который локальный маркетинг всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и локального маркетинга.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и локального маркетинга.

Тема 6. Принципы оценки результатов локального маркетинга

Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках локального маркетинга.

Перечень изучаемых элементов содержания

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки локального маркетинга, сложность

классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки локального маркетинга;
2. Основные методы психологии для оценки локального маркетинга;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

Тема 7. Риски локального маркетинга, судебные и репутационные издержки.

Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.

Перечень изучаемых элементов содержания

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании локального маркетинга. Известные кейсы негативного влияния локального маркетинга на деятельность компаний и их представителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании локального маркетинга.

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.

Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги локального маркетинга.

Перечень изучаемых элементов содержания

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?

2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Контрольная работа.

Тема: Методы создания эффективных проектов в области локального маркетинга.

Цель: выработать практические навыки проектирования локального маркетинга.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов локального маркетинга «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
3. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов локального маркетинга.

Содержание контрольной работы:

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов локального маркетинга, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах локального маркетинга.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции локального маркетинга;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода локального маркетинга.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода локального маркетинга и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Тема 4.

4.1. Что такое трассировка рекламы?

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

Тема 5.

5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от локального маркетинга?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия локального маркетинга и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

Тема 6.

6.1. Как расшифровывается аббревиатура RACE?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности локального маркетинга?

- социология и экономика;
- психология и социология;
- психология и культурология.

Тема 7.

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

Тема 8.

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги локального маркетинга.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации	Этап формирования умений

		коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап Формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-1, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью,

			<p>не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:</p>
--	--	--	---

			(6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ПК-1, ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;
ПК-1, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента,

			<p>однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	---

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Место локального маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Локальный маркетинг, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. Функционирование локального маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.
4. Классификация видов инновационного маркетинга и место локального маркетинга. Разграничение локального маркетинга, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
5. Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках локального маркетинга.
6. Локальный маркетинг как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.
7. Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге.
8. Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.

Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

1. Определите основные условия применения методов локального маркетинга;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта локального маркетинга;
3. Определите три главных признака локального маркетинга.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к локальному маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта локального маркетинга.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей локального маркетинга.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта локального маркетинга.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами локального маркетинга, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта локального маркетинга.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469045> (дата обращения: 18.11.2021).

Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/485736> (дата обращения: 18.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 18.11.2021).

Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469015> (дата обращения: 18.11.2021).

Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470714> (дата обращения: 18.11.2021).

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Ресурс, включающий в себя издания издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным,	http://e.lanbook.com/ 100% доступ

		техническим и гуманитарным наукам.	
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Локальный маркетинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;

2. Средства доступа к Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ

	гуманитарным наукам.	
База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Локальный маркетинг»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 учебной дисциплины *«Локальный маркетинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Локальный маркетинг»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины *«Локальный маркетинг»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Локальный маркетинг»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Локальный маркетинг»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета


_____ Романов И.В.

28.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Партизанский маркетинг»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность "Современные социальные коммуникации"

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Партизанский маркетинг» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от «27» мая 2021 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

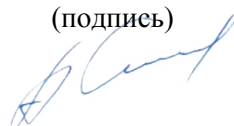


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов партизанского маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии партизанского маркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Партизанский маркетинг» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной, изоочной с применением дистанционных образовательных технологий, формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

ПК-1 (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

ПК-3 (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-1	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-3	способен применять основные технологии маркетинговых	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных

		коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	78	78			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

**2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины
Очной формы обучения**

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

Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13	9	3	1	2		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	2		

Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	7	3	0	3		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				Контактная работа
			Всего	Лекционный тип	С	П	
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»:	43	46	12	3	3		

понятие, принципы и основные подходы							
Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского	13	9	3	1	1		

маркетинга.							
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Лекции	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	С	Лабораторные	Контактная работа
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные	43	46	12	3	3		

подходы							
Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	9	3	1	1		

Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая актив ность час	Форма академическо й активности	Выполнение практ. ,	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного ушего контроля
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подхо ды	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподават

			раздела в ЭИОС				еля
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем, часов	78	36		38		4	

Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность часов	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль часов	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского	46	22	Подготовка к лекционным и	22	реферат	2	Компьютерное тестирован

о маркетинга»			практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				ие или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем, часов	92	44		44		4	

Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность часов	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль часов	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению

			изучение раздела в ЭИОС				ю преподават еля
Общий объем, часов	92	44		44		4	

3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»)

РАЗДЕЛ 1.«Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов партизанского маркетинга на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения термина «Партизанский маркетинг». Понятие и основные принципы «Партизанского маркетинга». Понятие «партизанский маркетинг» (от англ. guerrillamarketing) было введено известным американским рекламистом Джейм Левинсоном в 1984 году. Он предложил малозатратные методы рекламы для малого бизнеса с небольшими бюджетами и высокой эффективностью. Но сейчас это также синоним нестандартных форм маркетинга, скрытых и неочевидных для потребителя.

Вопросы для самоподготовки:

1. определить роль «партизанского маркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов партизанского маркетинга;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга.

Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Традиционно партизанский маркетинг подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. Александр Левитас (один из учеников Джея Левинсона), называл данные креативные продукты «трюки, фокусы и уловки, позволяющие добраться до клиентов прежде, чем это сделают ваши конкуренты». При этом необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите три главных признака партизанского маркетинга: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга.

Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании партизанского маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Джей Левинсон рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Партизанский маркетинг зачастую действует «от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип партизанского маркетинга. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта партизанского маркетинга.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для партизанского маркетинга.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления партизанского маркетинга

2. Коммуникационные особенности партизанского маркетинга
3. Партизанский маркетинг как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития партизанского маркетинга
5. Лучшие мировые кейсы партизанского маркетинга

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень тестовых заданий

Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).

Тема 1

- 1.1. Кто является автором понятия «партизанский маркетинг»?
- 1.2. В какой стране партизанский маркетинг получил наибольшее развитие на сегодняшний день?
- 1.3. Партизанский маркетинг это:
 - низкобюджетный маркетинг;
 - вирусный маркетинг;
 - нелегальный маркетинг.

Тема 2.

- 2.1. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?
 - виральность;
 - виртуальность;
 - вариативность.
- 2.2. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?
 - дешевизна;
 - известный автор;
 - черный юмор.
- 2.3. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?
 - использование нецензурной лексики;
 - необычность, уникальность;
 - медийный отклик.

Тема 3.

- 3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать партизанский маркетинг?
 - желание купить;
 - шок;
 - желание сфотографировать и поделиться.

- 3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях партизанского маркетинга?
- 3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей партизанского маркетинга:
- опрос;
 - наблюдение;
 - контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты партизанского маркетинга

Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы

***Цель:** представить партизанский маркетинг как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений*

Перечень изучаемых элементов содержания

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях партизанского маркетинга.

Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

***Цель:** научиться классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них партизанский маркетинг. Разграничить партизанский маркетинг, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.*

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного и партизанского маркетинга – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, партизанский маркетинг – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и партизанский маркетинг объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который партизанский маркетинг всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и партизанского маркетинга.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и партизанского маркетинга.

Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга

Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках партизанского маркетинга.

Перечень изучаемых элементов содержания

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки партизанского маркетинга, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки партизанского маркетинга;
2. Основные методы психологии для оценки партизанского маркетинга;
3. Расшифровка и принцип работы **RACE**.

Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.

Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.

Перечень изучаемых элементов содержания

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании партизанского маркетинга. Известные кейсы негативного влияния партизанского маркетинга на деятельность компаний и их представителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании партизанского маркетинга.

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.

Цель: *определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги партизанского маркетинга.*

Перечень изучаемых элементов содержания

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?
2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Контрольная работа.

Тема: Методы создания эффективных проектов в области партизанского маркетинга.

Цель: выработать практические навыки проектирования партизанского маркетинга.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов партизанского маркетинга «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
3. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов партизанского маркетинга.

Содержание контрольной работы:

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов партизанского маркетинга, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах партизанского маркетинга.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции партизанского маркетинга;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода партизанского маркетинга.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода партизанского маркетинга и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Тема 4.

4.1. Что такое трассировка рекламы?

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

Тема 5.

5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от партизанского маркетинга?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия партизанского маркетинга и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

Тема 6.

6.1. Как расшифровывается аббревиатура **RACE**?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности партизанского маркетинга?

- социология и экономика;
- психология и социология;
- психология и культурология.

Тема 7.

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

Тема 8.

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги партизанского маркетинга.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап Формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
<p>ПК-1, ПК-3</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические</p>

			<p>положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
<p>ПК-1, ПК-3</p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные</p>

			аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;
ПК-1, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими</p>

			затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
--	--	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. ***Место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.***
2. Партизанский маркетинг, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. ***Функционирование партизанского маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.***
4. Классификация видов инновационного маркетинга и место партизанского маркетинга. Разграничение партизанского маркетинга, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
5. ***Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках партизанского маркетинга.***
6. ***Партизанский маркетинг как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.***
7. ***Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге.***
8. ***Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.***

Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

1. Определите основные условия применения методов партизанского маркетинга;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга;

3. Определите три главных признака партизанского маркетинга.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта партизанского маркетинга.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами партизанского маркетинга, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта партизанского маркетинга.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. *Голубкова, Е. Н.* Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157> (дата обращения: 13.12.2020).
2. *Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой.* — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376> (дата обращения: 13.12.2020).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456679> (дата обращения: 13.12.2020).
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 13.12.2020).
3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127> (дата обращения: 04.12.2020).
4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452744> (дата обращения: 13.12.2020).
5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 13.12.2020).

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ

6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7

2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

3. Справочно-правовая система Консультант+

4. Acrobat Reader DC

5. 7-Zip

6. SKY DNS

7. TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** 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 учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Партизанский маркетинг»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета


_____ Романов И.В.

28.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Нейромаркетинг»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность "Маркетинговые коммуникации"

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Нейромаркетинг» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от «27» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

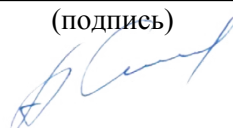


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Нейромаркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов нейромаркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место нейромаркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии нейромаркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «**Нейромаркетинг**» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы (дисциплины по выбору) – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Нейромаркетинг**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью.*

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность	ПК 3.1 основные	Знать: основные технологии

		<p>применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 6 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	78	78			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий)	12	8	4		

занятий) (всего):					
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

**2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками			
			Всего	Лекционный тип	С	П
Раздел 1. «Нейромаркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11	
Тема 1. «Нейромаркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3	

Тема 2. Отличие приемов нейромаркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования нейромаркетинга и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Нейромаркетинга»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13	9	3	1	2		
Тема 5. Отличие нейромаркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	2		
Тема 6. Принципы оценки результатов нейромаркетинга.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски нейромаркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными	13	7	3	0	3		

подрядчиками, специализирующимися на нейромаркетинге.							
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	Семинары	Лабораторные работы	Контактная работа
Раздел 1. «Нейромаркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Нейромаркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов нейромаркетинга, инновационная сущность	13	15	5	1	1		

креативного продукта							
Тема 3. Специфика функционирования нейромаркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Нейромаркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие нейромаркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов нейромаркетинга.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски нейромаркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на нейромаркетинге.	13	9	3	1	0		
Контроль промежуто							

очной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая актив ность час	Форма академическо й активности	Выполнение практ. работ	Форма практического задания	Рубежный текущий к онтроль час	Форма рубежного тек ушего контроля
Раздел 1. «Нейромаркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Нейромаркетинга»	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

			ЭИОС				еля
Общий объем, часов	78	36		38		4	

Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая актив ность час	Форма академическо й активности	Выполнение практ. ,	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Нейромаркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Нейромаркетинга»	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем, часов	92	44		44		4	

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

РАЗДЕЛ 1.«Нейромаркетинг»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Нейромаркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов нейромаркетинга на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место нейромаркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения термина «Нейромаркетинг». Понятие и основные принципы

Вопросы для самоподготовки:

1. определить роль «нейромаркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «брейн-стади»;
3. определить основные условия применения методов нейромаркетинга;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта нейромаркетинга.

Тема 2. Отличие приемов нейромаркетинга, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о нейромаркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Традиционно нейромаркетинг подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. Александр Левитас (один из учеников Джея Левинсона), называл данные креативные продукты «трюки, фокусы и уловки, позволяющие добраться до клиентов прежде, чем это сделают ваши конкуренты». При этом необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите три главных признака нейромаркетинга: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к нейроскому маркетингу.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта нейромаркетинга.

Тема 3. Специфика функционирования нейромаркетинга и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании нейромаркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Джей Левинсон рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Нейромаркетинг зачастую действует «от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип нейромаркетинга. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей нейромаркетинга.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта нейромаркетинга.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для нейромаркетинга.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления нейромаркетинга
2. Коммуникационные особенности нейромаркетинга
3. Нейромаркетинг как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития нейромаркетинга
5. Лучшие мировые кейсы нейромаркетинга

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень тестовых заданий

Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).

Тема 1

- 1.1. Кто является автором понятия «нейромаркетинг»?
- 1.2. В какой стране нейромаркетинг получил наибольшее развитие на сегодняшний день?
- 1.3. Нейромаркетинг это:
- низкобюджетный маркетинг;
 - вирусный маркетинг;
 - нелегальный маркетинг.

Тема 2.

2.1. Что является признаком креативного продукта нейромаркетинга?

- виральность;
- виртуальность;
- вариативность.

2.2. Что является признаком креативного продукта нейромаркетинга?

- дешевизна;
- известный автор;
- черный юмор.

2.3. Что является признаком креативного продукта нейромаркетинга?

- использование нецензурной лексики;
- необычность, уникальность;
- медийный отклик.

Тема 3.

3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать нейромаркетинг?

- желание купить;
- шок;
- желание сфотографировать и поделиться.

3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях нейромаркетинга?

3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей нейромаркетинга:

- опрос;
- наблюдение;
- контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты нейромаркетинга

Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы

Цель: *представить нейромаркетинг как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений*

Перечень изучаемых элементов содержания

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях нейромаркетинга.

Тема 5. Отличие нейромаркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

Цель: *научить классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них нейромаркетинг. Разграничить нейромаркетинг, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.*

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного и нейромаркетинга – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, нейромаркетинг – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и нейромаркетинг объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который нейромаркетинг всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и нейромаркетинга.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и нейромаркетинга.

Тема 6. Принципы оценки результатов нейромаркетинга

Цель: *выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках нейромаркетинга.*

Перечень изучаемых элементов содержания

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки нейромаркетинга, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки нейромаркетинга;
2. Основные методы психологии для оценки нейромаркетинга;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

Тема 7. Риски нейромаркетинга, судебные и репутационные издержки.

Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в нейромаркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.

Перечень изучаемых элементов содержания

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании нейромаркетинга. Известные кейсы негативного влияния нейромаркетинга на деятельность компаний и их представителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании нейромаркетинга.

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на нейромаркетинге.

Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги нейромаркетинга.

Перечень изучаемых элементов содержания

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?
2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Контрольная работа.

Тема: Методы создания эффективных проектов в области нейромаркетинга.

Цель: выработать практические навыки проектирования нейромаркетинга.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов нейромаркетинга «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
3. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов нейромаркетинга.

Содержание контрольной работы:

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов нейромаркетинга, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах нейромаркетинга.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции нейромаркетинга;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода нейромаркетинга.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода нейромаркетинга и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему

контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Тема 4.

4.1. Что такое трассировка рекламы?

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

Тема 5.

5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от нейромаркетинга?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия нейромаркетинга и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

Тема 6.

6.1. Как расшифровывается аббревиатура RACE?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности нейромаркетинга?

- социология и экономика;
- психология и социология;
- психология и культурология.

Тема 7.

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

Тема 8.

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги нейромаркетинга.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Маркетинговое тестирование» является **экзамен**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникацион	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

	ного продукта	ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	
--	---------------	--	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала,

			допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. ***Место нейромаркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.***
2. Нейромаркетинг, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. ***Функционирование нейромаркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.***
4. Классификация видов инновационного маркетинга и место нейромаркетинга. Разграничение нейромаркетинга, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
5. ***Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках нейромаркетинга.***
6. ***Нейромаркетинг как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.***
7. ***Законодательные и морально-этические ограничения в нейромаркетинге.***
8. ***Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.***

Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

1. Определите основные условия применения методов нейромаркетинга;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта нейромаркетинга;
3. Определите три главных признака нейромаркетинга.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к нейроскому маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта нейромаркетинга.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей нейромаркетинга.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта нейромаркетинга.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами нейромаркетинга, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта нейромаркетинга.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157>

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

5.1.2. Дополнительная литература

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450037>

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450620>

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ

3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Нейромаркетинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3. Справочно-правовая система Консультант+
4. Acrobat Reader DC
5. 7-Zip
6. SKY DNS
7. TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства	Ресурс, включающий в себя издания	http://e.lanbook.com/

	"ЛАНЬ"	издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.	100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Нейромаркетинг*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное 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 учебной дисциплины «*Нейромаркетинг*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины «*Нейромаркетинг*» предусматривает использование в учебном процессе активных и

интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины «*Нейромаркетинг*» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «*Нейромаркетинг*» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Нейромаркетинг*» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	<p>Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017</p>	<p>Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года</p>	<p>01.09.2021</p>



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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
И.В. Романов

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Активные продажи

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Маркетинговые коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Активные продажи» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе:
к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы

М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание

И.О.Фамилия

к.псих.н.

(подпись)

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг груп

(подпись)

И.Е. Ниесов

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

Консалтинговая группа «Орта»,

Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О. Фамилия

И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Активные продажи» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах работы с потребителями напрямую, как важной части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать основные средства, принципы и методы работы с потребителями.
2. Сформировать представление о процессе и системе управления контактами с потребителями
3. Знать основные виды воздействия на потребителя.
4. Уметь формулировать требования к проведению исследований по сбору первичной информации различными методами.
5. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
6. .

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Активные продажи» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации » очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Активные продажи» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Брендинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;
- Интернет-маркетинг и т.д.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	14	14			
Практические занятия	16	16			
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	42	42			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	36			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 и 6 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		

Практические занятия		4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	87	64	23		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 и 6 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа	6	4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	87	64	23		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
---------------------	---

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Характеристики Активных продаж как коммуникационного процесса	21	12	9	5	4		
Раздел 2. Потребитель и продавец в системе Активных продаж	17	10	7	3	4		
Раздел 3. Инструменты Активных продаж	17	10	7	3	4		
Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	108	42	30	14	16	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	42	30	14	16	0	0

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Характеристики Активных продаж как коммуникационного процесса	27	24	3	2	1		
Раздел 2. Потребитель и продавец в системе Активных продаж	14	12	2	1	1		

Раздел 3. Инструменты Активных продаж	13	12	1	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9						
Общий объем, часов	108	87	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	87	12	6	6	0	0

Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Характеристики Активные продажиа как коммуникационного процесса	27	24	3	2	1		
Раздел 2. Потребитель и продавец в системе Активные продажиа	14	12	2	1	1		
Раздел 3. Инструменты Активные продажиа	13	12	1	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9						
Общий объем, часов	108	87	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	87	12	6	6	0	0

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЕ**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Характеристики Активных продаж как коммуникационного процесса	12	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Потребитель и продавец в системе Активных продаж	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Исследовательская работа	2	Контрольная работа
Раздел 3. Инструменты Активных продаж	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Отчет	2	Контрольная работа
Общий объем по дисциплине, часов	42	17		17		8	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	-------	---

		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Характеристики Активные продажи как коммуникационн о процесса	24	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Потребитель и продавец в системе Активные продажи	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Исследовательская работа	2	Контрольная работа
Раздел 3. Инструменты Активные продажи	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Отчет	2	Контрольная работа
Общий объем по дисциплине, часов	87	41		38		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

Раздел 1.

Характеристики Активных продаж как коммуникационного процесса
Тема 1 Введение. Понятие и сущность АПа.

Понятие АП. Сущность АП, Его трактовки, виды АП, процедуры АП. Сущность системы АП и ее

элементы. Цели, задачи и Организационные, технические, возможности и ограничения применения АП.

Тема 2 АП и система стимулирования сбыта (Sales Promotion).

Структура комплекса «Стимулирование продажами, прямой маркетинг, работа продавца-коммуникатора, реклама в местах продаж (Points of sale).

Информационное обеспечение внутри магазинной рекламы. POS-коммуникации.

Осуществления АП.

Раздел 2.

Потребитель и продавец в системе Активные продажи

Тема 3 Потребители как объект реализации АПа.

Потребитель (customer) в маркетинге. Классификация потребителей и (покупателей - buyers). Конечные пользователи (end users).

Потребительская

Потребность (customer's need).

Понятие «стейкхолдер». Управление поведением потребителя.

Маркетинговые

влияющие на механизм покупки. Бихейвиористские теории. Психоанализ и бессознательные мотивы совершения покупки. Модель AIDA. Факторы, влияющие на изменения потребительских предпочтений.

Тема 4 Поведение покупателей в магазине как основа применения технологий АПа.

Модель покупательского поведения в торговом зале. Побудительные факторы маркетинга. Внешние и внутренние факторы, определяющие поведение потребителей. Нейромаркетинг. Факторы создания комфортной атмосферы в торговом помещении. Психологические и органолептические факторы: визуальные, звуковые, обонятельные и осязательные.

Рассеивание

и направление внимания покупателей в торговом распределением внимания покупателей.

Тема 5 Планирование торговых площадей

Планировка торгового зала. Виды технологической торгового зала:

линейная (решетка), боксовая (трек или петля), смешанная, выставочная и свободная (произвольная). Размещение отделов и секций и деление торговой площади на три зоны (адаптации, покупки и возвращения). Горячие и холодные зоны торгового зала. Перекрестная торговля, метод импульсных продаж и продажа товаров по методу ABC.

Тема 6 Распределение торговых площадей

Принципы размещения товаров. Лучшие места в торговом зале.

Возможности для покупателя и продавца, обеспечиваемые распределения товаров. Понятие, типы и критерии выкладки товаров.

Уровни

выкладки. Правила выкладки. Правило представления. Правило «лицом к покупателю». Правило определения места на полках.

Раздел 3.

Инструменты Активных продаж

Тема 7 Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты АПа

Понятие, цели и формы сэмплинга. Виды сэмплинга. Требования к POS материалам. Принципы оформления. Распределение мест продажи. Номенклатура POS-продукции. Вид и размещение POS-материалов. Функциональное назначение POS-материалов. Понятие и виды витрин. Классификация витрин. Процесс оформления витрины. Приемы оформления.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Активные продажи» является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

		продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	
--	--	---	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-3	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>

ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6) баллов.</p>
ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6) баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

1. Понятие Активные продажи (merchandising).
 2. Сущность Активные продажи, его трактовки, виды Активные продажи, цели и функции.
 3. Основные процедуры Активные продажи.
 4. Сущность системы Активные продажи и ее элементы.
 5. Организационные, технические, технологические информационные возможности и
- Ограничения применения Активные продажи.

- 6 Структура комплекса «Стимулирование сбытом».
- 7 Управление продажами, прямой маркетинг, работа продавца-коммуникатора, реклама в местах продаж (Points of sale).
- 8 Методы внутримагазинной рекламы.
- 9 Информационное обеспечение POS продаж.
- 10 Эффективность внутримагазинной рекламы.
- 11 POS-коммуникации.
- 12 Нормативная база осуществления Активные продажиа.
- 13 Содержание ФЗ РФ «О защите прав потребителей».
- 14 Потребитель (customer) в маркетинге.
- 15 Классификация потребителей и (покупателей - buyers).
- 16 Конечные пользователи (end users).
- 17 Потребительская потребность (customer's need).
- 18 Понятие «стейкхолдер» (stakeholder).
- 19 Управление поведением потребителя.
- 20 Маркетинговые инструменты, влияющие на механизм покупки.
- 21 Бихейвиористские теории.
- 22 Психоанализ и бессознательные мотивы совершения покупки.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. М.: Дашков и К°, 2016. 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>.
2. Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг: Учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2018. 440 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Брендинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. М.: Юрайт, 2019. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425174>.
2. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 474 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426253>.

3. Голубкова Е.Н. Интегрированные брендинговые коммуникации: Учебник и практикум для академического бакалавриата 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>.
4. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 521 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450105>.
5. Давыденко Е.А., Евневич М.А. Маркетинг в информационном обществе: Учебное пособие. М.: Креативная экономика, 2018. 169 с.: табл., граф., схем., ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917>.
6. Ким С.А. Маркетинг: Учебник. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2017. 258 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>.
7. Морозов Ю.В. Активные продажи: Учебное пособие. 8-е изд. М.: Дашков и К°, 2018. 148 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная	Крупнейшее собрание книг,	https://rusneb.ru/

	электронная библиотека	диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Активные продажи» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных	http://www.book.ru 100% доступ

		версий книг.	
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Активные продажи*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* 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, 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, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «*Активные продажи*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные, расчетно-графические и творческие задания, деловые игры, исследовательские и организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Активные продажи*» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью*

реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета /Директор филиала

И.В. Романов

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

**Квалификация
Бакалавр**

**Форма обучения
Очная, заочная**


Москва 2021

Рабочая программа курса «Маркетинговые исследования» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент




(подпись)

М.В. Гундарин

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 9 от «27» мая 2021 года

Декан факультета к.п.н., доцент



(подпись)

И.В. Романов

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

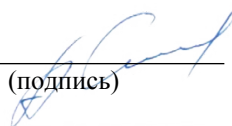


Н.Н. Терещенко

(подпись)

ORTA Communications Group

Генеральный директор



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа практики рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	4
1.3 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).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	6
2.2. Учебно-тематический план 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 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	22
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
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 учебной дисциплины.....	26
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	27
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методологии и методике исследований в системе маркетинговых коммуникаций с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по проведению маркетинговых тестирования прежде всего в коммуникационной сфере.

Задачи учебной дисциплины:

1. Получение знаний о видах и источниках информации о корпоративных и медиакоммуникациях.
2. Изучение процесса и видов исследований, а также области их применения.
3. Формирование практических навыков исследований в сфере коммуникаций.
4. Овладение знаниями и умениями применять методику исследования при разработке и реализации коммуникационных проектов.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» реализуется в блоке Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4) основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Среди других дисциплин по выбору – «Нейромаркетинг», «Активные продажи». Изучение учебной дисциплины «Маркетинговые исследования» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Социология», «Введение в коммуникативные специальности», «Экономика», «Проектная деятельность», «Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности».

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: *Маркетинговое моделирование и прогнозирование; Технологии брендинга*

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у профессиональной компетенции ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория	Код	Формулиров	Код и	Результаты
-----------	-----	------------	-------	------------

компетенций	компетенции	ка компетенции	наименование индикатора достижения компетенции	обучения
<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-3</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации и коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 6 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	14	14			
Практические занятия	16	16			
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	42	42			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	36			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 и 6 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		

Практические занятия		4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	87	64	23		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 и 6 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа	6	4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	87	64	23		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
---------------------	---

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Методологические основы тестирования в коммуникациях	21	12	9	5	4		
Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение тестирования в сфере коммуникаций	11	6	5	3	2		
Тема 1.2. Общая характеристика тестирования	10	6	4	2	2		
Раздел 2. Подготовка тестирования и сбор информации в сфере коммуникаций	17	10	7	3	4		
Тема 2.1. Подготовка тестирования в сфере коммуникаций	9	5	4	2	2		
Тема 2.2. Методы сбора информации	8	5	3	1	2		
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	17	10	7	3	4		
Тема 3.1. Обработка и анализ информации	9	5	4	2	2		
Тема 3.2. Представление результатов тестирования в сфере коммуникаций	8	5	3	1	2		
Раздел 4. Тестирование рекламы и связей с общественностью	17	10	7	3	4		
Тема 4.1. Особенности тестирования рекламы и связей с общественностью	9	5	4	2	2		
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью	8	5	3	1	2		

Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	108	42	30	14	16	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	42	30	14	16	0	0

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Методологические основы тестирования в коммуникациях	27	24	3	2	1		
Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение тестирования в сфере коммуникаций	14	12	2	1	1		
Тема 1.2. Общая характеристика тестирования	13	12	1	1	0		
Раздел 2. Подготовка маркетингового тестирование	24	21	3	1	2		
Тема 2.1. Подготовка тестирование в сфере коммуникаций	12	10	2	1	1		
Тема 2.2. Методы сбора информации	12	11	1	0	1		
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	24	21	3	2	1		
Тема 3.1. Обработка и анализ информации	12	10	2	1	1		
Тема 3.2. Представление результатов тестирование в сфере	12	11	1	1	0		

коммуникаций							
Раздел 4. Тестирование рекламы и связей с общественностью	24	21	3	1	2		
Тема 4.1. Особенности тестирования рекламы и связей с общественностью	12	11	1	0	1		
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью	12	10	2	1	1		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9						
Общий объем, часов	108	87	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	87	12	6	6	0	0

Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Методологические основы тестирования в коммуникациях	27	24	3	2	1		
Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение тестирования в сфере коммуникаций	14	12	2	1	1		
Тема 1.2. Общая характеристика тестирования	13	12	1	1	0		
Раздел 2. Подготовка тестирование и сбор информации в сфере коммуникаций	24	21	3	1	2		
Тема 2.1. Подготовка тестирование в	12	10	2	1	1		

сфере коммуникаций							
Тема 2.2. Методы сбора информации	12	11	1	0	1		
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	24	21	3	2	1		
Тема 3.1. Обработка и анализ информации	12	10	2	1	1		
Тема 3.2. Представление результатов тестирования в сфере коммуникаций	12	11	1	1	0		
Раздел 4. Тестирование рекламы и связей с общественностью	24	21	3	1	2		
Тема 4.1. Особенности тестирования рекламы и связей с общественностью	12	11	1	0	1		
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью	12	10	2	1	1		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9						
Общий объем, часов	108	87	12	6	6	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	87	12	6	6	0	0

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Методологические основы тестирования в коммуникациях	12	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Подготовка тестирования и сбор информации в сфере коммуникаций	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Исследовательская работа	2	Контрольная работа
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Отчет	2	Контрольная работа
Раздел 4. Тестирование рекламы и связей с общественностью	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Исследовательская работа	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	42	17		17		8	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	-------	---

		Академическая активности час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Методологические основы тестирования в коммуникациях	24	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Подготовка тестирование и сбор информации в сфере коммуникаций	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Исследовательская работа	2	Контрольная работа
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Отчет	2	Контрольная работа
Раздел 4. Тестирование рекламы и связей с общественностью	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Исследовательская работа	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	87	41		38		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕСТИРОВАНИЯ

Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение тестирования в сфере коммуникаций

Цель:

Изучить виды коммуникаций по различным признакам классификации и роль тестирования в данной сфере.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Понятие «коммуникация». Классификация видов коммуникаций.
- Значение тестирования в сфере коммуникаций.
- Коммуникационная модель.
- Виды и источники информации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Применение коммуникационной модели в рекламном бизнесе.
2. Классификация видов информации.
3. Основные источники информации о корпоративных и медиакоммуникациях в России.

Тема 1.2. Общая характеристика тестирования

Цель:

Сформировать представление о требованиях, предъявляемых к тестированием коммуникаций, и процедуре тестирование.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Принципы тестирования.
- Методы маркетинговых тестирования.
- Виды тестирования.
- Процесс тестирование в сфере коммуникаций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Полевые и кабинетные тестирование: сравнительный анализ.
2. Виды тестирования в сфере коммуникаций.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Классификация и характеристика видов коммуникаций.
2. Корпоративные и медиакоммуникации.
3. Коммуникационная модель, особенности ее применения в сфере рекламы и связей с общественностью.
4. Виды и источники информации в сфере коммуникаций.
5. Принципы и методы тестирования, применяемые в сфере коммуникаций.
6. Классификация и обзор видов тестирования в сфере коммуникаций.
7. Процесс тестирования и его особенности в сфере коммуникаций

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля: контрольная работа.

РАЗДЕЛ 2. ПОДГОТОВКА ТЕСТИРОВАНИЕ И СБОР ИНФОРМАЦИИ

Тема 2.1. Подготовка маркетинговых тестирования в сфере коммуникаций

Цель: Уметь корректно определять проблемы, ставить цели и разрабатывать проекты тестирования в сфере коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Определение проблемы тестирование.
- Постановка целей и задач тестирование.

Разработка проекта тестирование.

Вопросы для самоподготовки:

1. Типы целей тестирование.
2. Определение выборки участников тестирование.
3. Состав и разработка бюджета тестирование.

Тема 2.2. Методы сбора информации

Цель: Овладеть основными методами сбора информации и приобрести навыки проведения тестирования в сфере коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Преимущества, недостатки и особенности сбора вторичной маркетинговой информации.

- Преимущества, недостатки и особенности сбора первичной маркетинговой информации.
- Метод наблюдения.
- Экспериментальный метод.
- Имитационное моделирование.
- Опрос.
- Типы и технология проведения фокус-групп.
- Типы и технология проведения анкетных опросов.
- Смешанные методы сбора первичной информации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Гайды для фокус-групп.
2. Особенности анкетных Интернет-опросов.
3. Метод «тайный покупатель».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: исследовательская работа.

Тема: проведение фокус-группы потребителей рекламы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля: контрольная работа.

РАЗДЕЛ 3. ОБРАБОТКА, АНАЛИЗ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 3.1. Обработка и анализ информации

Цель: Изучить основные методы обработки и анализа информации, собранной в процессе тестирования.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Статистическая обработка данных в процессе тестирования.
- Методы анализа полученной информации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Статистическая обработка данных на ПК.
2. Описательные и объяснительные методы анализа полученной информации.

Тема 3.2. Представление результатов маркетинговых тестирования

Цель: Уметь составлять отчеты и проводить выступления с презентацией тестирование коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Отчет по результатам тестирование и сопроводительные документы к нему.
- Доклад и презентация результатов тестирование.

Вопросы для самоподготовки:

1. Подготовка сопроводительных документов к отчету по результатам тестирование.
2. Основные требования к презентации тестирование.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: отчет.

Тема: составление отчета по результатам фокус-группы потребителей рекламы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля: контрольная работа.

РАЗДЕЛ 4. ТЕСТИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Тема 4.1. Особенности тестирования рекламы и связей с общественностью

Цель: Раскрыть особенности тестирования рекламы и связей с общественностью как важнейших видов коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Объекты тестирования рекламы и связей с общественностью.
- Источники информации о рекламе и связях с общественностью.
- Тестирование потребителей рекламы и связей с общественностью.
- Тестирование рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Оценка качества рекламных продуктов.
2. Источники информации об организации рекламной деятельности конкурентов.

Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью

Цель: Овладеть методикой оценки экономической и психологической эффективности рекламы и связей с общественностью.

Перечень изучаемых элементов содержания

- Понятие и виды эффективности коммуникаций.

- Оценка экономической эффективности рекламы и связей с общественностью.
- Оценка психологической эффективности рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для самоподготовки:

1. Наблюдение и эксперимент как методы оценки психологической эффективности рекламы.
2. Тесты на узнаваемость и запоминаемость рекламных сообщений.
3. Тестирование рекламных текстов до и после их публикации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: исследовательская работа.

Тема: оценка психологической эффективности рекламных объявлений методом словесных ассоциаций.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля: компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования» является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

		продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	
--	--	---	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-3	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>

ПК-3	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие «коммуникация». Классификация видов коммуникаций.
2. Значение тестирования в сфере коммуникаций.
3. Коммуникационная модель, ее применение в сфере рекламы и связей с общественностью.

4. Понятие и классификация видов информации.
5. Источники первичной и вторичной информации.
6. Принципы тестирования.
7. Методы тестирования.
8. Классификация видов тестирования.
9. Процесс тестирования и характеристика его этапов.
10. Проблематика тестирования в сфере коммуникаций. Определение проблемы тестирования.
11. Цели и задачи тестирования в сфере коммуникаций. Постановка целей и задач тестирования.
12. Назначение и разработка проекта тестирования.
13. Преимущества, недостатки и особенности сбора вторичной маркетинговой информации.
14. Преимущества, недостатки и особенности сбора первичной маркетинговой информации.
15. Метод наблюдения: формы, область применения.
16. Экспериментальный метод: формы, область применения.
17. Имитационное моделирование: типы моделей, область применения.
18. Опрос: формы, область применения.
19. Фокус-группа: типы, технология проведения.
20. Анкетный опрос: типы, технология проведения, требования к вопросам анкеты.
21. Смешанные методы сбора первичной информации: холл-тест, хоум-тест, метод «тайный покупатель».
22. Статистическая обработка данных в процессе тестирования.
23. Методы анализа информации в процессе тестирования.
24. Содержание и составление отчета по результатам тестирования коммуникаций.
25. Сопроводительные документы к отчету по результатам тестирования коммуникаций.
26. Доклад по результатам тестирования коммуникаций: содержание, представление.

27. Презентация по результатам тестирования коммуникаций: основные требования, представление.
28. Объекты тестирования рекламы и связей с общественностью.
29. Источники информации для тестирования рекламы и связей с общественностью.
30. Тестирование потребителей рекламы и связей с общественностью.
31. Тестирование рекламопроизводителей и рекламодателей.
32. Понятие и виды эффективности коммуникаций.
33. Показатели и методы оценки экономической эффективности рекламы и связей с общественностью.
34. Показатели и методы оценки психологической эффективности рекламы и связей с общественностью.

Аналитическое задание (*задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.*):

1. Определите, какие виды маркетинговых коммуникаций (реклама, личная продажа, методы стимулирования сбыта, связи с общественностью и др.) являются оптимальными для продвижения на рынок услуг лечебного массажа. Назовите несколько наиболее подходящих средств продвижения данных услуг, относящихся к каждому выбранному виду коммуникаций (Интернет-реклама, продажа по телефону, ценовые скидки, публикация PR-статей и т.п.). Дайте обоснование своих решений. Дополните ответ реальными или условными примерами.

2. Разработайте проект тестирования, направленного на решение проблемы поиска эффективных средств рекламы антибактериального мыла.

3. Допустим, что новая сеть ресторанов быстрого обслуживания выходит на потребительский рынок г. Москвы. Для эффективного осуществления коммуникационной политики руководством компании принято решение о проведении тестирования маркетинговых коммуникаций главных конкурентов - ведущих участников данного рынка - в сети Интернет. Целями тестирования являются:

- определение наиболее распространенных средств маркетинговых коммуникаций, применяемых конкурентами в Интернете;
- установление популярных видов Интернет-ресурсов;
- выявление основных идей маркетинговых коммуникаций при обращении к Интернет-пользователям.

Для достижения поставленных целей методами поисковых запросов и веб-серфинга изучите маркетинговые коммуникации 3 - 4 крупных компаний, действующих на целевом рынке. При исследовании могут рассматриваться как российские, так и зарубежные компании. Исследованию подлежит деятельность фирм-производителей товаров или услуг в целом, а не отдельные товары или бренды.

4. Сформулируйте условия тестирования отношения потребителей к уличным билл-бордам производителя газированных напитков, которое может провести коммуникационное агентство методом наблюдения.

Характеристика тестирования должна включать следующие условия:

- объект наблюдения;
- цели тестирования;
- наблюдаемые действия или события;
- единица измерения;
- оптимальная форма наблюдения;
- место, время и продолжительность наблюдения.

5. Сформулируйте условия тестирования, которое может провести коммуникационное агентство методом эксперимента для выбора наиболее подходящей иллюстрации печатных объявлений, содержащих рекламу офисной мужской одежды.

Характеристика тестирования предусматривает следующие условия:

- цели эксперимента;
- тип экспериментального метода;
- состав и численность выборки;
- единица измерения полученных результатов;

процесс сбора данных.

6. Разработайте анкету для устного опроса потребителей в целях выявления основных факторов, влияющих на выбор производителей и моделей ноутбуков, а также оценки спроса на ноутбуки фирмы «Asus» на российском рынке. В анкете следует использовать вопросы разных типов по степени свободы ответа: открытые, закрытые вопросы, шкалы и др.

7. Приведите 4 - 5 примеров практических ситуаций, которые могут потребовать проведения тестирования методом «тайный покупатель» для магазина парфюмерии и косметики. Сформулируйте по 2 - 3 цели тестирования применительно к каждой из этих ситуаций.

8. Проведите фокус-группу в целях определения отношения потребителей к конкретным товарам или услугам и оценки полиграфической рекламы объекта тестирования, соблюдая правила групповой дискуссии. Объект тестирования и гайд для проведения фокус-группы даются преподавателем. Если на практическом занятии присутствует более 15 студентов, то проведите две или три фокус-группы в зависимости от количества учащихся. В одной фокус-группе должны участвовать модератор, ассистент и 6 - 10 респондентов. Модератор ведет опрос, ассистент модератора составляет протокол дискуссии.

9. Пользуясь данными, собранными в процессе группового интервью с потенциальными потребителями товаров или услуг, которые содержатся в протоколе дискуссии, составьте отчет по результатам фокус-группы.

Перед составлением отчета проведите обработку и анализ маркетинговой информации. Обработка данных предполагает кодирование, табулирование сведений и

измерение результатов по каждому вопросу интервью. При анализе первичных данных осуществляются обобщение результатов групповой дискуссии, разработка выводов и рекомендаций в соответствии с целями тестирования.

Отчет по результатам тестирования на основе проведенной фокус-группы составляется в объеме 4 - 5 страниц и содержит следующие положения:

- цели тестирования;
- состав фокус-группы;
- полученные результаты;
- выводы и рекомендации.

10. Оцените проект текста коммерческого рекламного объявления, предназначенного для публикации в газетах, проведя тест на словесные ассоциации, и откорректируйте данный текст. Текст рекламного объявления предоставляется преподавателем.

В начале тестирования покажите рекламный текст каждому участнику тестирования. Затем задайте следующие вопросы, записывая порядковый номер респондента _____ и ответы на них:

- 1) Назовите слова и выражения из текста рекламного объявления, которые вызвали у Вас негативные ассоциации.
- 2) Укажите, какие ассоциации вызвало каждое названное слово или выражение.
- 3) Предложите другие слова и выражения для замены содержащихся в рекламном тексте, которые вызвали бы у Вас положительные ассоциации.

Опрос является анонимным. Опросите 8 - 10 респондентов. Ответы следует зафиксировать в табличной форме, расположив по горизонтали номера вопросов, а по вертикали порядковые номера респондентов. В случае тестирования студентов своего учебного курса опрашивать следует только тех учащихся, которые выполняют данное задание по другим вариантам.

Обобщите полученные ответы и сформулируйте выводы по результатам тестирования. Оцените общее отношение участников тестирования к тестируемому тексту. Выделите все слова и выражения из проекта рекламного текста, вызвавшие у респондентов негативные ассоциации. Определите слова и выражения, которые требуют замены на основе количества полученных ответов (единичные мнения респондентов могут не учитываться).

Откорректируйте проект текста рекламного объявления и запишите новый рекламный текст, используя для замены слова и выражения, предложенные большинством участников тестирования.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Маркетинговые тестирование: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425984>

Карасев, А. П. Маркетинговые тестирование и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450531>

5.1.2. Дополнительная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 10.12.2020).

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	http://elibrary.ru/ 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Маркетинговые исследования» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе

самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

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. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты	http://elibrary.ru/ 100% доступ

		научных публикаций	
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	https://urait.ru/ 100% доступ
4.	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.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Онлайн библиотека актуальной учебной и научной литературы.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных источников по общественным и гуманитарным наукам.	http://ebiblioteka.ru/ 100% доступ
7.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/ 100% доступ
8.	База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://webofknowledge.com 100% доступ
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Маркетинговые исследования»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины *«Маркетинговые исследования»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины *«Маркетинговые исследования»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные задания, сбор информации онлайн и оффлайн, разработка проектов тестирования и составление отчетов по результатам проведенных тестирования, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины *«Маркетинговые исследования»* предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Маркетинговые исследования»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Маркетинговые исследования»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



**Министерств
о науки и
высшего
образования
Российской
Федерации
Федеральное
государствен
ное
бюджетное
образователь
ное
учреждение
высшего
образования
«Российский
государствен
ный
социальный
университет
»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

И.В. Романов

28 мая

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговое моделирование и прогнозирование

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения
Очная
Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы

(подпись)

И.О. Фамилия
М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета
ученая степень, ученое звание

(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

(подпись)

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,
Генеральный директор
Согласовано
Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

И.О. Фамилия
И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине	2
5.6. Образовательные технологии	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о видах и комплексе маркетингового моделирования и прогнозирования с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по повышению привлекательности территории с помощью различных инструментов маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать виды маркетинга, маркетингового анализа;
2. знать сущность и классификацию видов маркетингового моделирования и прогнозирования;
3. уметь разрабатывать комплекс маркетинга территории для достижения целей маркетингового моделирования и прогнозирования;
4. овладеть навыками создания коммуникационных сообщений и медиапродуктов, направленных на повышение привлекательности территорий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Исследования в коммуникации;
- Стратегический маркетинг;
- Теория и практика рекламы;
- Экономика;
- Проектная деятельность и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Медиа-релейшнз;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- Международные коммуникации и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **ПК-3 ПК-4**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии и маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способность строить свою профессиональную деятельность на основе принципов	<p>ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 Понимает</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность</p>

		открыто сти, доверия и корпора тивной социаль ной ответств енности	совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и ПК 4.3 Способен на реализацию коммуникацион ного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и	принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и Владеть: навыками реализации коммуникацион ного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и
--	--	---	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование», изучаемой в 5 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30				
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Практические занятия	22	22				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	24	24				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	54				
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108				

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5				

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	12				
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Практические занятия	4	4				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	24					
Самостоятельная работа обучающихся, всего						
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108				

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетингового моделирования и прогнозирования	36	26	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Комплекс маркетинга территории	36	26	10	2	8	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							

Раздел 3. Повышение привлекательности территории средствами рекламы и пиар	36	26	10	2	8	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	78	30	8	22	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	78	30	8	22	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетингового моделирования и прогнозирования	36	32	4	4	0	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Комплекс маркетинга территории	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Повышение привлекательности территории средствами рекламы и пиар	36	32	4	2	2	0	0

Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	96	12	8	4	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	96	12	8	4	0	0

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетингового моделирования и прогнозирования	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Комплекс маркетинга территории	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Повышение привлекательности территории средствами рекламы и пиар	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение	12	Творческое задание	2	Контрольная работа

			раздела в ЭИОС			
Общий объем по семестру, часов	78	36		36		6
Общий объем по дисциплине, часов	78	36		36		6

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетингового моделирования и прогнозирования	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Комплекс мероприятий по моделированию и прогнозированию	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Основные инструменты моделирования и прогнозирования	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Контрольная работа
Общий объем по семестру, часов	96	45		45		6	

Общий объем по дисциплине, часов	96	45		45		6	
----------------------------------	----	----	--	----	--	---	--

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

РАЗДЕЛ 2. Комплекс мероприятий по моделированию и прогнозированию

РАЗДЕЛ 3. Основные инструменты моделирования и прогнозирования

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап Формирования знаний
			Этап Формирования умений
			Этап формирования

		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
-----------------	--------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------

ПК-3, ПК-4	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не</p>
------------	---------------------------	--	---

			<p>знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ПК-3, ПК-4	Этап Формирования умений	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией:</p>

			<p>(9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание</p>
--	--	--	--

			<p>выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	---

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету типовые

1. Понятие маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований.
- 2 Области использования маркетинговой информации на предприятии. Факторы результативности и эффективности маркетинговых исследований.
- 3 Этапы маркетингового исследования на предприятии. Формулировка целей и задач маркетинговых исследований. Группы целей маркетингового исследования.
- 4 Типы маркетинговых исследований. Определение объекта исследования. Среда маркетинга, рынок, товар, покупатели и конкуренты как объекты маркетингового исследования.
- 5 Первичные и вторичные данные. Внутренние и внешние источники информации. Выбор методов сбора информации. Полевые и кабинетные исследования.
- 6 Этапы определения проблемы и формулирования целей маркетингового исследования. Идентификация проблемы исследования. Понятие проблемы исследования.
- 7 Преобразование проблемы, требующей решения, в проблему, требующую исследования.
- 8.Классификация проблем исследования. Приемы осмысления проблемы. Выявление объекта и предмета исследования.
- 8 Определение целей маркетингового исследования. Формирование рабочей гипотезы. Определение задач исследования. Разница между существующим и требуемым уровнями
- 9 Этапы разработки плана исследования. Содержание предварительного этапа исследования.
- 10 Выбор типа маркетингового исследования. Разведочное исследование. Deskриптивное исследование. Каузальное исследование. Сравнительная характеристика различных типов маркетинговых исследований.
- 11 Выбор методики проведения маркетингового исследования. Системный анализ, комплексный подход и программно-целевое планирование как общенаучные методы маркетингового исследования.
- 12 Определение типа требуемой информации

13 Выбор способа сбора необходимых данных. Характеристика качественных и количественных видов маркетинговых исследований. Основные способы сбора данных при различных видах маркетинговых исследований.

14 Разработка выборочного плана и определение объема выборки. Составление бюджета и графика проекта. Процесс формирования бюджета маркетингового исследования. График проведения маркетинговых исследований.

15 Прямые и косвенные методы качественного исследования. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

16 Фокус-группы как неструктурированные групповые интервью. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

17 Глубинные интервью. Нестандартизированные и полуструктурированные глубинные интервью.

18 Диадические интервью. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478126> (дата обращения: 19.11.2021).

Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844> (дата обращения: 19.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470338> (дата обращения: 19.11.2021).

Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469861> (дата обращения: 19.11.2021).

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 18.11.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная	http://urait.ru/ 100% доступ

		система, коллекция электронных версий книг.	
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время передать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;...
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.

3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Маркетинговое моделирование и прогнозирование» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроjectionное

оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины *«Маркетинговое моделирование и прогнозирование»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные и творческие задания, деловые игры, исследовательские, организационно-управленческие и проектные работы, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Маркетинговое моделирование и прогнозирование»* предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

И.В. Романов

28 мая

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в рекламном бизнесе

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Маркетинговые коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы

(подпись)

И.О. Фамилия
М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета
ученая степень, ученое звание

(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

(подпись)

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,
Генеральный директор
Согласовано
Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

И.О. Фамилия
И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине.....	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.6. Образовательные технологии.....	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о видах и комплексе маркетингового моделирования и прогнозирования с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по повышению привлекательности территории с помощью различных инструментов маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать виды маркетинга, маркетингового анализа;
2. знать сущность и классификацию видов маркетингового моделирования и прогнозирования;
3. уметь разрабатывать комплекс маркетинга территории для достижения целей маркетингового моделирования и прогнозирования;
4. овладеть навыками создания коммуникационных сообщений и медиапродуктов, направленных на повышение привлекательности территорий.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинг в рекламном бизнесе» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Исследования в коммуникации;
- Стратегический маркетинг;
- Теория и практика рекламы;
- Экономика;
- Проектная деятельность и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Медиа-рилейшнз;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- Международные коммуникации и т.д.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: **УК-4, ОПК-3, ОПК-4, ПК-3 ПК-4**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1 различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур</p> <p>УК-4.2 работа в кросс-культурном пространстве и на международном уровне</p> <p>УК-4.3 основы публичных презентаций и выступлений</p>	<p>Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур</p> <p>Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне</p> <p>Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений</p>
Культура	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе	<p>ОПК-3.1: актуальные тенденции развития мировой культуры</p> <p>ОПК3.2 знание о культурных процессах при коммуникационных действиях</p> <p>ОПК3.3</p>	<p>Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры</p> <p>Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникационных действиях</p> <p>Владеть: навыками</p>

		создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 актуальные запросы общества и аудитории ОПК4.2 применение знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях ОПК4.3 использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии и маркетинговых коммуникаций	ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 Имеет знания основных технологий	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных

		при разработке и реализации коммуникационного продукта	маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 Способен на реализацию коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе», изучаемой в 8 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	30	30				
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Практические занятия	22	22				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	24	24				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	54				
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108				

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	12				
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Практические занятия	4	4				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	24					
Самостоятельная работа обучающихся, всего						
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108				

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

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

		льная работа	Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетинга в рекламном бизнесе	36	26	10	4	6	0	0
Раздел 2. Комплекс маркетинга в рекламном бизнесе	36	26	10	2	8	0	0
Раздел 3. Инструменты маркетинга в рекламном бизнесе	36	26	10	2	8	0	0
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	78	30	8	22	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	78	30	8	22	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 8							
Раздел 1. Сущность и виды маркетинга в рекламном бизнесе	36	32	4	4	0	0	0
Раздел 2. Комплекс маркетинга в рекламном бизнесе	36	32	4	2	2	0	0
Раздел 3.	36	32	4	2	2	0	0

Инструменты маркетинга в рекламном бизнесе							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	96	12	8	4	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	96	12	8	4	0	0

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетинга в рекламном бизнесе	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Комплекс маркетинга в рекламном бизнесе	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Инструменты маркетинга в рекламном бизнесе	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Творческое задание	2	Контрольная работа
Общий	78	36		36		6	

объем по семестру, часов							
Общий объем по дисциплине, часов	78	36		36		6	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 5							
Раздел 1. Сущность и виды маркетинга в рекламном бизнесе	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Комплекс маркетинга в рекламном бизнесе	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Инструменты маркетинга в рекламном бизнесе	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Контрольная работа
Общий объем по семестру, часов	96	45		45		6	
Общий объем по дисциплине, часов	96	45		45		6	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

Раздел 1.

Сущность и виды маркетинга в рекламном бизнесе

Раздел 2.

Комплекс маркетинга в рекламном бизнесе

Раздел 3.

Инструменты маркетинга в рекламном бизнесе

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений	Этап Формирования знаний Этап Формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта

ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: актуальные тенденции развития мировой культуры Уметь: применять знание о культурных процессах при коммуникационных действиях Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	Этап Формирования знаний Этап Формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Этап Формирования знаний Этап Формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного	Этап Формирования знаний Этап Формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта

		продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Этап Формирования знаний</p> <p>Этап Формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-4, ОПК-3, ОПК-4, ПК-3, ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный

		<p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает</p>
--	--	--	---

			<p>неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
<p>УК-4, ОПК-3, ОПК-4, ПК-3, ПК-4</p>	<p>Этап Формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание <i>(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми</p>

			<p>умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений</p>
--	--	--	--

			по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
--	--	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задание к зачету (типовое)

Выберите рекламное агентство, изучите его деятельность и на основе ответов на предложенные вопросы смоделируйте программу маркетинговой деятельности этого рекламного агентства.

- Выстраиваются ли рынки (различных услуг, географические и т. д.) по иерархии в зависимости от коммерческой эффективности продаж на этих рынках? Ваш комментарий: всегда ли эффективен этот прием при планировании?
- Учитываются ли результаты среднесрочных и долгосрочных прогнозов в отношении основных рынков при планировании деятельности? Ваш комментарий: как составляются агентством эти прогнозы (самостоятельно, приобретаются у консалтинговых агентств, используются прогнозы из СМИ)? Насколько эффективен подход, выбранный агентством?
- Выделите факторы, которые влияют на спрос в отношении оказываемых услуг? Ваш комментарий: все ли факторы оказывают влияние в одинаковой степени?
- На каких стадиях жизненного цикла находятся различные услуги, оказываемые агентством? Ваш комментарий: как эти стадии жизненного цикла влияют на планирование деятельности агентства?
- Кто потенциальные потребители услуг агентства? Ваш комментарий: делает ли подход агентства к определению потенциальных потребителей более эффективным планирование маркетинговой деятельности? • Анализируются ли в агентстве жалобы клиентов? Какое количество жалоб подается потребителями услуг? С чем связаны жалобы? Ваш комментарий: какую роль играет при планировании маркетинга анализ удовлетворенности клиентов?
- В полной ли мере используются способности сотрудников? Удобно ли им работать? Ваш комментарий: какое место в планировании маркетинговой деятельности должен занимать внутренний маркетинг?
- Кто основные конкуренты агентства? Каковы у конкурентов цены, ценовая политика, качество услуг? Ваш комментарий: используется ли эта информация при планировании деятельности агентства? Подведение итогов: Каковы цели маркетинга в анализируемом агентстве? Каковы принципы маркетинговой деятельности? Какова организация маркетинга?

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

5.1.1. Основная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469011> (дата обращения: 20.11.2021).

2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468986> (дата обращения: 20.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452744> (дата обращения: 13.12.2020).

Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. —

(Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 13.12.2020).

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 18.11.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных	Библиографическая и	http://www.scopus.com/ Доступ с любого

	международного индекса научного цитирования – Scopus:	реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Маркетинг в рекламном бизнесе» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время передать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7

2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

3.Справочно-правовая система Консультант+

4.Acrobat Reader DC

5.7-Zip

6.SKY DNS

7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для	http://www.scopus.com/ Доступ с любого

	индекса научного цитирования – Scopus:	отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Маркетинг в рекламном бизнесе»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины *«Маркетинг в рекламном бизнесе»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные и творческие задания, деловые игры, исследовательские, организационно-управленческие и проектные работы, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Маркетинг в рекламном бизнесе*» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.20 21



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета


_____ Романов И.В.

28.05.2021

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Нативная реклама»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность "Современные социальные коммуникации"

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины «Нативная реклама» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.
Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

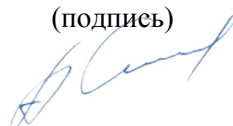
ЗАО «Аргументы и факты»
Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group
Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор
Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической
работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	13
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	23
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	23
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	24
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	25
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	26
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	28
5.6. Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	30

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общие положения

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности и механизмах интнет-коммуникации (частью которой является нативная реклама) с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «**Нативная реклама**»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов интнет-коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях интнет-коммуникации в целом и нативной рекламы в частности России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения стандартов эффективной коммуникации в практику деятельности интернет-специалиста.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «*Нативная реклама*» реализуется в части дисциплин по выбору, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «*Нативная реклама*» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины «Профессиональные творческие мастерские», «Визуальное проектирование», «Коммуникативное проектирование: практикум», «Работа с информацией в среде Интернет»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: все виды практик

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: ПК-3 ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-----------------------	-----------------	--------------------------	--	---------------------

<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-3</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
<p>Профессиональное мастерство</p>	<p>ПК-4</p>	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 Способен на реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта</p>

			с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	--	--	---	---

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 8 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):					
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			
ИКР	24	24			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	54			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				Контактная работа
			Всего	Лекционный тип	С	Лабораторная работа	
Раздел 1. «Нативная реклама»: понятие, принципы и	43	39	15	4	11		

основные подходы							
Тема 1. «Нативная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов Нативной рекламы, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования Нативной рекламы и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Нативной рекламы»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные рекламные инструменты	13	9	3	1	2		
Тема 5. Отличие Нативной рекламы от других схожих форм продвижения.	13	9	3	1	2		
Тема 6. Принципы оценки результатов Нативной рекламы.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски Нативной рекламы, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками	13	7	3	0	3		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной аттестации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				Контактная работа
			Всего	Лекционный тип	С	П	
Раздел 1. «Нативная реклама»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Нативная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		

Тема 2. Отличие приемов Нативной рекламы, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования Нативной рекламы и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Нативной рекламы»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные рекламаовые инструменты: партнёрский реклама, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие Нативной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов Нативной рекламы.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски Нативной рекламы, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками	13	9	3	1	0		

Контроль промежуточной аттестации (час)						
Общий объем, часов	108	92	12	8	6	
Форма промежуточной аттестации	Зачет					

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая актив ность	Форма академическо й активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	Форма рубежного успевающего контроля
Раздел 1. «Нативная реклама»: понятие, принципы и основные подхо ды	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Нативной рекламы»	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению

			изучение раздела в ЭИОС				ю преподават еля
Общий объем, часов	78	36		38		4	

Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая актив ность час	Форма академическо й активности	Выполнение практ. ,	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного тек ущего контроля
Раздел 1. «Нативная реклама»: понятие, принципы и основные подхо ды	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоят ельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Раздел 2. Инструменты «Нативной рекламы»	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоят ельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Общий объем, часов	92	44		44		4	

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

РАЗДЕЛ 1.«Нативная реклама»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Нативная реклама» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционной рекламы и развитие альтернативных инновационных форм рекламной активности. Особенности воздействия приёмов Нативной рекламы на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место Нативной рекламы в системе рекламных коммуникаций.

Вопросы для самоподготовки:

1. определить роль «Нативной рекламы» в повышении эффективности рекламной деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов Нативной рекламы;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта Нативной рекламы.

Тема 2. Отличие приёмов Нативной рекламы, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о партизанской рекламе, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите три главных признака Нативной рекламы: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому рекламе.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Нативной рекламы.

Тема 3. Специфика функционирования Нативной рекламы и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании Нативной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Нативной рекламы.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта Нативной рекламы.

3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для Нативной рекламы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления Нативной рекламы
2. Коммуникационные особенности Нативной рекламы
3. Нативная реклама как новый вид рекламаовой коммуникации
4. Тенденции развития Нативной рекламы
5. Лучшие мировые кейсы Нативной рекламы

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень тестовых заданий

Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).

Тема 1

- 1.1. Кто является автором понятия «Нативная реклама»?
- 1.2. В какой стране Нативная реклама получила наибольшее развитие на сегодняшний день?
- 1.3. Нативная реклама это:
 - низкобюджетная реклама;
 - вирусная реклама;
 - нелегальный реклама.
 - скрытая реклама

Тема 2.

- 2.1. Что является признаком креативного продукта Нативной рекламы?
 - виральность;
 - виртуальность;
 - вариативность.
 - неразличимость
- 2.2. Что является признаком креативного продукта Нативной рекламы?
 - дешевизна;
 - известный автор;
 - черный юмор.

- признаки информационного и т.п. – не рекламного - жанра

2.3. Что является признаком креативного продукта Нативной рекламы?

- использование нецензурной лексики;

- необычность, уникальность;

- медийный отклик.

- скрытость

Тема 3.

3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать Нативная реклама?

- желание купить;

- шок;

- желание сфотографировать и поделиться.

- размышления

3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях Нативной рекламы?

3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей Нативной рекламы:

- опрос;

- наблюдение;

- контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты Нативной рекламы

Тема 4. Партнёрская реклама, копромоушн, трассировка рекламы

Цель: представить Нативная реклама как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях Нативной рекламы.

Тема 5. Отличие Нативной рекламы от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

Цель: научить классифицировать различные виды рекламы и выделять среди них Нативная реклама. Разграничить Нативная реклама, вирусный реклама, скрытая реклама системы «продукт плейсмент» как наиболее схожие виды.

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного маркетинга и Нативной рекламы – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусная реклама определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, Нативная реклама – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и Нативная реклама объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который Нативная реклама всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и Нативной рекламы.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и Нативной рекламы.

Тема 6. Принципы оценки результатов Нативной рекламы

Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Нативной рекламы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки Нативной рекламы;
2. Основные методы психологии для оценки Нативной рекламы;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

Тема 7. Риски Нативной рекламы, судебные и репутационные издержки.

Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.

Перечень изучаемых элементов содержания

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании Нативной рекламы. Известные кейсы негативного влияния Нативной рекламы на деятельность компаний и их представителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании Нативной рекламы.

Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском рекламе.

Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными рекламовыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги Нативной рекламы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?
2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Контрольная работа.

Тема: Методы создания эффективных проектов в области Нативной рекламы.

Цель: выработать практические навыки проектирования Нативной рекламы.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов Нативной рекламы «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Создание проекта.
3. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов Нативной рекламы.

Содержание контрольной работы:

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов Нативной рекламы, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах Нативной рекламы.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции Нативной рекламы;
- формулирование особенностей выбранного метода;

- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода Нативной рекламы.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода Нативной рекламы и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Тема 4.

4.1. Что такое трассировка рекламы?

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского рекламаа;
- быстрый реклама,
- способ сократить расходы.

Тема 5.

5.1. Каковы отличия вирусного рекламаа от Нативной рекламы?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия Нативной рекламы и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

Тема 6.

6.1. Как расшифровывается аббревиатура RACE?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности Нативной рекламы?

- социология и экономика;
- психология и социология;
- психология и культурология.

Тема 7.

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

Тема 8.

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги Нативной рекламы.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной
------------------------	---------------------------------------	----------------------------	---

	компетенции)		программы
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап Формирования знаний
			Этап Формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-3, ПК-4	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические</p>

			<p>положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ПК-3, ПК-4	Этап Формирования умений	<p>Аналитическое задание <i>(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные</p>

			аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;
ПК-3, ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими</p>

			затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
--	--	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. ***Место Нативной рекламы в системе рекламаовых коммуникаций.***
2. Нативная реклама, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. ***Функционирование Нативной рекламы в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.***
4. Классификация видов инновационного рекламаа и место Нативной рекламы. Разграничение Нативной рекламы, вирусного рекламаа и нативной рекламы.
5. ***Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Нативной рекламы.***
6. ***Нативная реклама как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.***
7. ***Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском рекламае.***
8. ***Принципы сотрудничества со специализированными рекламаовыми агентствами.***

Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):

1. Определите основные условия применения методов Нативной рекламы;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта Нативной рекламы;

3. Определите три главных признака Нативной рекламы.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому рекламау.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Нативной рекламы.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Нативной рекламы.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта Нативной рекламы.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами Нативной рекламы, вирусного рекламаа, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта Нативной рекламы.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета 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 в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Инновационный реклама : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

5.1.2. Дополнительная литература

Кузьмина, Е. Е. Реклама : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227>

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	http://diss.rsl.ru Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Научнонаследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	http://e-heritage.ru/index.html 100% доступ

Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Нативная реклама» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/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.

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

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

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№	Названиеэлектронного ресурса	Описаниеэлектронного ресурса	Используемыйдляработыадрес
1.	ЭБС «Университетская библиотекаонлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

		журналы ВАК.	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	БазаданныхEastView	Полнотекстоваябазаданныхпер иодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - https://www.researcherid.com/ ResearcherID. Вход в WoS: http://login.webofknowledge.com/ В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.

			Доступ с любого компьютера в сети Университета.
--	--	--	---

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Нативная реклама»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное 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 (видеопроекторное 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 учебной дисциплины *«Нативная реклама»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Нативная реклама»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины *«Нативная реклама»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Нативная реклама»* 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Нативная реклама»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

И.В. Романов

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Деловая коммуникация и деловое письмо

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность

«Современные социальные коммуникации»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Деловая коммуникация и деловое письмо» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.

Руководитель основной образовательной программы



(подпись)

И.О. Фамилия
М.В. Гундарин

к.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента
Протокол № 9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета
ученая степень, ученое звание



(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы



(подпись)

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп
ученая степень, ученое звание,
должность, место работы

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,
Генеральный директор
Согласовано
Научная библиотека, директор



(подпись)

И.О.Фамилия
А.А.Сафронов

И.О. Фамилия
И.Г.Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	2
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	2
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	2
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	2
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	2
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине.....	2
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	2
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.....	2
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	2
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	2
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	2
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	2
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.....	2
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	2
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	2
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	2
5.6. Образовательные технологии.....	2
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	2

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины Цель дисциплины «Деловая коммуникация и деловое письмо» заключается в получении обучающимися практических знаний, умений и навыков в сфере взаимодействия в среде профессиональных коммуникаций. Этот навык представляет несомненную важность для аналитической и практической работы в сфере коммуникаций. Дисциплина предполагает знакомство с подходами к созданию деловой корреспонденции, с последующим применением полученных знаний на практике, в условиях индивидуальной и командной работы.

Задачи дисциплины:

1. Практическое освоение комплекса знаний деловой корреспонденции как способе воздействия на аудиторию
2. Систематизация знаний о потребительской и деловой активности в сфере коммуникации, направленной на потребление медиапродукта;
3. формирование базового навыка работы копирайтера в сферах коммуникации при подготовке потребительского медиапродукта;
4. освоение на базовом уровне основных навыков составления Делового письма как вида деловой корреспонденции

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина «Деловая коммуникация и деловое письмо» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Изучение дисциплины «Поведение потребителей» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Коммуникативное проектирование», государственная итоговая аттестация и все виды практик.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: ПК-3 ПК-4

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Профессиональное мастерство	ПК-3	Способность применять основные технологии и маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПК 3.1 Понимает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК 3.2 Имеет знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПК 3.3 Способен применять навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
Профессиональное мастерство	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов	<p>ПК4.1 Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на</p>

		ов открыто сти, доверия и корпора тивной социаль ной ответств енности	Понимает совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и ПК 4.3 Способен на реализацию коммуникацион ного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и	практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и Владеть: навыками реализации коммуникацион ного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и
--	--	---	---	--

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Деловая коммуникация и деловое письмо», изучаемой в 8 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):					
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			
Лабораторные занятия	-	-			

ИКР	24	24			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	54			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	108			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	64	32		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	108	72	36		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	--

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	Семинарские	Лабораторные	Контактная
Раздел 1. «Деловое письмо»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Деловое письмо» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов Деловой коммуникации, инновационная сущность креативного продукта	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования Деловой коммуникации и основные каналы коммуникации	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты «Деловой коммуникации»	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные рекламные инструменты:	13	9	3	1	2		

партнёрский реклама, копромоушн, трассировка рекламы							
Тема 5. Отличие Деловой коммуникации от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, Деловой коммуникации и проч.	13	9	3	1	2		
Тема 6. Принципы оценки результатов Деловой коммуникации.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски Деловой коммуникации, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском рекламае.	13	7	3	0	3		
Контроль промежуто чной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	78	30	8	22		
Форма промежуточной атте стации	Зачет						

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	Семинарско-групповые	Лабораторные	Контактная работа
Раздел 1. «Деловое письмо»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Деловое письмо» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов Деловой коммуникации, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования Деловой коммуникации и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты	65	46	15	5	3		

«Деловой коммуникации»							
Тема 4. Малобюджетные инструменты: партнёрский реклама, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие Деловой коммуникации от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, Деловой коммуникации и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов Деловой коммуникации.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски Деловой коммуникации, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками,	13	9	3	1	0		
Контроль промежуточной аттестации (час)							
Общий объем, часов	108	92	12	8	6		

Форма промежуточной аттестации	Зачет
--------------------------------	-------

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	72	72			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	32	32			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	6	6			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	128	128			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	144			

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

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

		льная работа	Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность Делового письма	36	26	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							

Раздел 2. Деловая коммуникация и деловое письмо в безличной форме	36	26	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Личная форма Делового письма	36	26	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Правовое регулирование деловой коммуникации	36	26	10	4	6	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	144	104	40	16	24	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	104	40	16	24	0	0

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность Делового письма	36	32	4	4	0	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Деловая коммуникация и деловое письмо в	36	32	4	2	2	0	0

безличной форме							
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Выдвижение Делового письма в личной форме	36	32	4	2	2	0	0
Тема 3.1.							
Тема 3.2.							
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	36	32	4	2	2	0	0
Тема 4.1.							
Тема 4.2.							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	144	128	16	10	6	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	128	16	10	6	0	0

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность Делового письма	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Деловая коммуникаци	26	12	Подготовка к лекционным и практическим	12	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа

я и деловое письмо в безличной форме			занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС				
Раздел 3. Выдвижение Делового письма в безличной форме	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по семестру, часов	104	48		48		8	
Общий объем по дисциплине, часов	104	48		48		8	

Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Основы и сущность Делового письма	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Деловая коммуникация в	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям,	15	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа

деятельности коммерческог о предприятия			самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС				
Раздел 3. Жанры деловой коммуникаци и	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационно е задание	2	Организационно -управленческая работа
Раздел 4. Правовое и этическое регулирование Деловой коммуникаци и	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационно е задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по семестру, часов	128	60		60		8	
Общий объем по дисциплине, часов	128	60		60		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

Раздел 1.

Основы и сущность Делового письма

Раздел 2.

Деловая коммуникация в деятельности коммерческого предприятия

Раздел 3.

Жанры деловой коммуникации

Раздел 4.

Правовое и этическое регулирование Деловой коммуникации

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной
--------------------	---------------------------	------------------------	---

	(части компетенции)		программы
ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	Этап Формирования знаний
			Этап Формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного</p>	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

		продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	
--	--	--	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-3, ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу

			<p>излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
ПК-3, ПК-4	Этап Формирования	Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные)	1) свободно справляется с задачами и

	<p>умений</p>	<p><i>ситуации и т.д.)</i></p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками,</p>
--	---------------	--	--

			<p>отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	--

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Объект, предмет, задачи дисциплины «Деловые коммуникации».
2. Понятия «общение», «коммуникация», «деловая коммуникация». Различие понятий коммуникация и общение.
3. История научного познания коммуникаций. Возникновение деловых коммуникаций.
4. Функции деловых коммуникаций.

5. Межличностные коммуникации.
6. Массовые коммуникации.
7. Специализированные коммуникации.
8. Коммуникативный ресурс в управлении. Роль коммуникаций в менеджменте.
9. коммуникационного процесса. Способы передачи и приёма информации.
10. Элементы коммуникационного процесса.
11. Этапы коммуникационного процесса.
12. Модели коммуникации.
13. Понятие коммуникационных барьеров. Виды коммуникационных барьеров.
14. Понятие коммуникативной компетентности личности. Структурные составляющие коммуникативной компетентности.
15. Коммуникационное понимание. Формы коммуникационного понимания. Коммуникативная культура в деловой коммуникации.
16. Слушание в деловой коммуникации.
17. Вербальные средства деловой коммуникации.
18. Невербальные средства деловой коммуникации.
19. Межкультурная деловая коммуникация.
20. Сущность деловой беседы: понятие, цель, функции.
21. Алгоритм (этапы) организации деловой беседы.
22. Эффективные приёмы начала беседы.
23. Способы передачи информации в ходе деловой беседы.
24. Основные этические и психологические правила ведения делового разговора. Технические особенности при проведении деловых бесед. Запрещённые приёмы во время деловой беседы.

25. Роли поведения и тактические приёмы, используемые в ходе проведения деловой беседы. Факторы успеха деловой беседы.
26. Сущность деловой беседы по телефону. Преимущества деловой беседы по телефону. Междугородный телефонный разговор.
27. Телефонные ситуации: ответ на входящие звонки; организация общения, когда вы являетесь инициатором разговора. Социально-психологические и этические рекомендации по использованию телефона в профессиональной деятельности.
28. Этапы телефонного разговора.
29. Деловая презентация.
30. Сущность деловых совещаний, собраний: понятие, цель, классификация, достоинства и недостатки в проведении. Отличие совещаний от собраний.
31. Подготовка деловых совещаний.
32. Проведение деловых совещаний. Правила поведения на совещании для руководителя. Правила поведения на совещании для участников.
33. Подведение итогов совещания. Принятие решений и контроль исполнения решений
34. Председательствующий и его роль. Рекомендации по повышению эффективности совещаний.
35. Дискуссии в ходе совещания.
36. Сущность деловых переговоров: понятие, цели. Подходы к деловым переговорам. Стили ведения переговоров.
37. Подготовка к деловым переговорам. Протокольные аспекты ведения переговоров.
38. Проведение деловых переговоров. Основные рекомендации по ведению переговоров. Принципы проведения переговоров.
39. Методы и тактика ведения деловых переговоров. Современный метод ведения деловых переговоров – метод принципиальных переговоров.
40. Аргументация в процессе деловых переговоров.

1.

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450127> (дата обращения: 16.12.2020).

Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06495-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455216>

5.1.2. Дополнительная литература

Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01527-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449705>

Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08385-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453301>

Психология делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00604-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451051>

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описание и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к	http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ

	<p>полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.</p>	
--	---	--

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Деловая коммуникация и деловое письмо» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, 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 учебному занятию лекционного типа

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

- 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 в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы 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/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;....
2. средства доступа к сети Интернет;
3. проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

- 1.Операционная система Windows 7
- 2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
- 3.Справочно-правовая система Консультант+
- 4.Acrobat Reader DC
- 5.7-Zip
- 6.SKY DNS
- 7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://uraid.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки

			Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Деловая коммуникация и деловое письмо*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, 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 (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

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

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «*Деловая коммуникация и деловое письмо*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные и творческие задания, деловые игры, организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Деловая коммуникация и деловое письмо*» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением кафедры рекламы маркетинга и связей с общественностью на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2017 №512	Протокол заседания кафедры № 11 от «28» мая 2020года	01.09.2020



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ Романов И.В.

28 мая 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Студент в среде электронного обучения**

**Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль):
Современные социальные коммуникации**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Уровень профессионального образования

Высшее образование – бакалавриат

Очная, заочная формы обучения

Москва, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе к. пед.н., доцент О.Л. Мнацаканян, ст.преподаватель Д.Ю, Елисеева.

Руководитель основной образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа дисциплины(модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета коммуникативного менеджмента Протокол №9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета,

канд. пед. наук, доцент

С.В. Крапивка

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «АнсофтДевелопмент»

Исполнительный директор,

канд. физ.-мат. наук



Г.Б. Меньков

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет»,
НОЦ инфокогнитивных технологий,
доктор технических наук,
профессор



Н.И. Гданский

к.т.н., доцент кафедры
информационных систем, сетей и
безопасности



В.Л. Симонов

Согласовано
Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание дисциплины (модуля).....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	6
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	11
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	11
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	12
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	14
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	15
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.....	16
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	16
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	18
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	19
9.1. Информационные технологии.....	19
9.2. Программное обеспечение.....	19
9.3. Информационные справочные системы.....	19
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	21
11. Образовательные технологии.....	21
Лист регистрации изменений.....	22

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины "**Студент в среде электронного обучения**" заключается в формировании теоретических знаний о виртуальной образовательной среде, основах современных информационно-коммуникационных технологий системы дистанционного обучения, приобретения практических навыков работы по электронному взаимодействию студента и преподавателя в электронной образовательной среде, использования электронных образовательных контентов, проведения он-лайн тестирований, а также формирования накопительной системы баллов и формирования результатов оценки.

Задачи учебной дисциплины:

1. Изучение студентами виртуальной образовательной среды, основ современных телекоммуникационных технологий системы дистанционного обучения, способов работы с электронными контентом и электронными ресурсами, методов повышения качества образования с использованием технологий дистанционного взаимодействия.

2. Овладение студентами умениями работать в электронной образовательной среде, применять технологии электронного взаимодействия, своевременно исполнять практические задания и проходить тестирование.

3. Привитие студентам способности электронного взаимодействия с преподавателем, с образовательным учреждением по форме дистанционного взаимодействия, с электронными библиотечными ресурсами, с виртуальными образовательными программами.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита

Учебная дисциплина *«Студент в среде электронного обучения»* реализуется в модуле Факультативы основной образовательной программы по направлению подготовки 09.03.02 *«Информационные системы и технологии»* очной и заочной формы обучения.

Изучение учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: *«Проектирование базы данных», «Программирование Проектирование и администрирование информационных систем».*

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Информационные системы и технологии в экономической сфере» и «Преддипломная практика».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-6, ОПК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>УК-6.2. Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессионально</p>	<p>Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>Уметь: планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности,</p>

			й деятельности, индивидуально-личностных особенностей. УК-6.3. Имеет практический опыт получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.	индивидуально-личностных особенностей. Владеть: практическим опытом получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.
Технологии	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности и современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 современные технические средства ОПК6.2 применение знаний технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях ОПК6.3 современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знать: современные технические средства Уметь: применять знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Практические занятия	-	-			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Иная контактная работа	34	34			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	27	27			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9	9			
Форма промежуточной аттестации	<i>зачёт</i>	<i>зачёт</i>			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Практические занятия	-	-			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			

Иная контактная работа	14	14			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	52			
Контроль промежуточной аттестации (час)	4	4			
Форма промежуточной аттестации	<i>зачёт</i>	<i>зачёт</i>			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения (ДОТ)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Практические занятия	-	-			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Иная контактная работа	14	14			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	47	47			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9	9			
Форма промежуточной аттестации	<i>зачёт</i>	<i>зачёт</i>			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	72	72			

**2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	из них: в форме	Семинарские/	из них: в форме	Лабораторные	из них: в форме	Иная контактная	из них: в форме	
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	27	9	18	1	-	-	-	-	-	17	-
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	36	18	18	1	-	-	-	-	-	17	-
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Общий объем, часов	72	27	36	2	-	-	-	-	-	34	-

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	из них: в форме	Семинарские/	из них: в форме	Лабораторные	из них: в форме	Иная контактная	из них: в форме	
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	32	24	8	1	-	-	-	-	-	7	-
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	36	28	8	1	-	-	-	-	-	7	-
Контроль промежуточной аттестации (час)	4										
Общий объем, часов	72	52	16	2	-	-	-	-	-	14	-

Заочной формы обучения (ДОТ)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	из них: в форме	Семинарские/	из них: в форме	Лабораторные	из них: в форме	Иная контактная	из них: в форме	
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	27	19	8	1	-	-	-	-	-	7	-
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	36	28	8	1	-	-	-	-	-	7	-
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Общий объем, часов	72	47	16	2	-	-	-	-	-	14	-

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся

		Академическая	Форма академической активности	Выполнение	Форма практического задания	Рубежный	Форма рубежного текущего
Модуль 1 (семестр 1)							
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	9	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	27	12		11		4	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение	Форма практического задания	Рубежный	Форма рубежного текущего
Модуль 1 (семестр 1)							

Раздел 1 Электронные технологии в образовании	24	10	Подготовка к лекционным и практически м занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	28	12	Подготовка к лекционным и практически м занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	22		26		4	

Заочной формы обучения (ДОТ)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение	Форма практического задания	Рубежный	Форма рубежного текущего
Модуль 1 (семестр 1)							
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	19	8	Подготовка к лекционным и практически м занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Система дистанционн	28	14	Подготовка к лекционным и	14	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная

о образования «Виртуальная образовательна я среда РГСУ»			практически м занятиям, самостоятел ьное изучение раздела в ЭИОС				форма рубежного контроля по усмотрению преподават еля
Общий объем по модулю/семе стру, часов	47	22		23		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1 ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ

Цель: изучить применение современных электронных технологий в образовании

Перечень изучаемых элементов содержания: Инновационные технологии в образовании. Электронное обучение и электронная педагогика. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения. Основные принципы Болонского процесса. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту. Самостоятельная работа в виртуальной образовательной среде. Общие понятия «электронного обучения». Использование программно-аппаратной платформы электронного обучения. Принципы дистанционного обучения. Электронные учебные курсы. Основные причины перехода к использованию информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе. Архитектура различных моделей электронного обучения. Виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студента при электронном обучении. Организация учебного процесса при использовании электронного типа обучения. Основные виды учебных материалов, используемые в СДО.

Тема 1. Электронные технологии в образовании

Вопросы для самоподготовки:

Назовите основные преимущества электронного обучения?

Назовите основные принципы болонского процесса обучения?

Назовите основные преимущества и недостатки электронного обучения.

Назовите уровни подготовки по болонской системе.

Назовите основные потенциальные выгоды системы дистанционного обучения для студента.

В чем заключаются выгоды присоединения к болонской системе для нашей страны?

Что такое электронная форма обучения?

Что подразумевает электронное обучение?

Что относится к задачам системы дистанционного обучения (СДО)?

Что входит и что не входит в состав электронного учебника?

Укажите причины использования ИКТ в образовании.

Какие инструменты электронного обучения являются синхронными?

Что необходимо для широкого применения электронного обучения?

Что включает в себя установочная лекция?

Дайте определение понятию дискуссия в системе дистанционного обучения.

Назовите основные критерии оценки реферата.

Дайте определение «Виртуальному лабораторному практикуму».

Какой показатель не ходит в состав рейтинговой оценки по дисциплине?

Что является основными учебными материалами в электронном обучении?

Что такое веб-браузер?

Что означает расположение результатов поиска в поисковых системах по релевантности?

Какое действие с папками и файлами нельзя отменить в системе дистанционного обучения?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 1

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к теме 1:

1. Уровни подготовки по болонской системе.
2. Особенности электронного обучения
3. Особенности применения дистанционного обучения в России и за рубежом
4. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
5. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения
6. Инструменты электронного обучения
7. Технологии электронного обучения

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля - компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВИРТУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА РГСУ»

Цель: выявить современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием современных информационных технологий и программных решений, определить основные пути повышения качества трудовой деятельности с использованием всех форм дистанционного общения, пути мультикультурного взаимодействия, пути использования дистанционных форм проведения обучения, аттестации.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Процедуры авторизации в системе дистанционного образования (СДО). Интерфейс СДО. Основные меню интерфейса. Доступ к учебным материалам дисциплины. Виды электронных учебных пособий. Практические задания, правила их выполнения. Вебинар, режим реального времени. Трансляция, использование веб-камеры. Чат, правила введение текстовых сообщений. Видеоролик, размещение записи в списке материалов курса для использования в учебном процессе. Рубежные тесты к разделам. Итоговое тестирование. Информационные ресурсы разделов. Новостные сообщения. Авторизованные пользователи, доступ к информации. Обмен сообщениями. Оповещение о получаемых сообщениях. Уведомления системы. Возможные ограничения и сроки выполнения задания. Тьютор, общение с тьютором. Служба технической поддержки.

Вопросы для самоподготовки:

1. По какому адресу вы можете обратиться к системе дистанционного обучения РГСУ?
2. Где на странице располагается кнопка авторизации в СДО?
3. Что означает сообщение «Режим управления» на панели авторизации?
4. Можно ли скачать инструкцию пользователя СДО до авторизации в системе?
5. Какие разделы есть на панели «Основное меню».
6. Какой категории посетителей доступен виджет «Техническая поддержка»?
7. Каким образом осуществляется доступ к списку дисциплин?
8. Из каких вкладок состоит раздел «Ресурсы дисциплины»?
9. В каком разделе можно узнать величину максимально возможного балла за занятие?
10. В каком разделе размещаются дополнительные файлы для изучения?
11. Занятие какого типа требует прикрепления файла с ответом?

12. Какой результат за прохождение теста передается в ведомость успеваемости?
13. Назовите основные поля интерфейса типа «Вебинар».
14. В каком разделе размещаются учебные материалы, обязательные для изучения?
15. По какой системе выставляется оценка за занятия в СДО?
16. Можно ли написать сообщение своему одногруппнику в СДО?
17. Какой датой ограничивается срок доступа к дисциплине?
18. Какие рекомендуются ограничения для файлов, прикрепляемых к занятию с типом «задание»?
19. Где и как искать номера телефонов службы тех.поддержки СДО?
20. В каком разделе размещаются учебные дополнительные материалы для изучения?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 2

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к теме3:

Задачи системы СДО в обучении
 Интерактивность системы СДО
 Коммуникации в системе СДО
 Учебный процесс в системе СДО
 Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
 СДО при дистанционной форме обучения

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля - компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине
 Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной / письменной** форме.

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код	Содержание	Результаты обучения	Этапы
------------	-------------------	----------------------------	--------------

компете нции	компетенции (части компетенции)		формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.	Этап формирования знаний
		УК-6.2. Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.	Этап формирования умений
		УК-6.3. Имеет практический опыт получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационн	ОПК-6.1 современные технические средства	Этап формирования знаний
		ОПК6.2 применение знаний технических средств и технологий при планировании	Этап формирования умений
		ОПК6.3 современные технические средства и	Этап формирования навыков и получения опыта

	о-коммуникационные технологии	информационно-коммуникационными технологиями	
--	-------------------------------	--	--

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-6, ОПК-6	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:

			<p>[8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
УК-6, ОПК-6	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако</p>

			отмечены погрешности в ответе,
УК-6, ОПК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Назовите основные задачи дистанционного обучения.
2. Каким образом проводится аттестация обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям основной образовательной программы?

3. Охарактеризуйте важнейшую задачу организации самостоятельного обучения студента с учетом их индивидуальных особенностей.
4. В чем заключается организация обратной связи и принятия оптимальных решений в управлении качеством обучения?
5. Перечислите основные функции оценки качества знаний.
6. Какие особенности текущего контроля знаний в дистанционной форме обучения Вы знаете?
7. Раскройте содержание текущего контроля знаний.
8. Чем характеризуется текущий контроль знаний?
9. Что определяет использование механизмов проведения тестирования?
10. Каковы важнейшие цели виртуальной образовательной среды?
11. Определите основные части модульных образовательных программ «Студент в среде электронного обучения».
12. Каковы особенности планирования и использования входного контроля знаний?
13. Сформулируйте социально-экономическую сущность дистанционной формы обучения.
14. В чем сущность и необходимость проведения претеста?
15. Раскройте понятие эффективности самостоятельной учебной работы студента в виртуальной образовательной среде.
16. Укажите место СДО в современной системе образования.
17. Сформулируйте цели и задачи СДО для высших учебных заведений.
18. Определите уровень и значение тренирующих тестов.
19. Раскройте понятие тренинг.
20. Охарактеризуйте приоритеты СДО в сфере высшего профессионального образования.
21. Раскройте сущность, значение и структуру практических заданий.
22. Каковы критерии качества самостоятельной работы студента в виртуальной образовательной среде РГСУ?
23. Охарактеризуйте основные черты инновационного подхода к формированию дистанционной системы образования.
24. На основе чего определяются принципы исполнения письменных работ в системе дистанционного обучения?
25. В чем сущность дискуссии в системе дистанционного обучения и правила ее проведения?
26. Какие временные интервалы необходимо соблюдать при проведении дискуссии в виртуальной образовательной среде РГСУ.
27. Укажите положительные и отрицательные моменты системы дистанционного обучения (на личном примере).
28. Какие социальные технологии применяются при реализации стратегии проведения дистанционного образования?

29. Какова роль государства в реализации программ дистанционного обучения?

30. Методы измерения и анализа текущего контроля знаний студента в электронной образовательной среде.

31. Каковы методы измерения групповой работы в рамках одной дисциплины в системе дистанционного обучения?

32. Каким требованиям должны удовлетворять тестовые вопросы в СДО?

33. Кто формирует методические указания проведения дискуссий?

34. Сколько раз студент обязан принять участие в проведении дискуссии?

35. Перечислите основные критерии оценки за участие в дискуссионном процессе?

36. Уровни подготовки по болонской системе.

37. Особенности электронного обучения

38. Особенности применения дистанционного обучения в России и за рубежом

39. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения

40. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения

41. Инструменты электронного обучения

42. Технологии электронного обучения

43. Задачи системы СДО в обучении

44. Интерактивность системы СДО

45. Коммуникации в системе СДО

46. Учебный процесс в системе СДО

47. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО

48. СДО при дистанционной форме обучения

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и 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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Вайндорф-Сысоева, М. Е. Методика дистанционного обучения : учебное пособие для вузов / М. Е. Вайндорф-Сысоева, Т. С. Грязнова, В. А. Шитова ; под общей редакцией М. Е. Вайндорф-Сысоевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9202-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450836> (дата обращения: 24.06.2021)
2. Игнатова Н. Ю. Образование в цифровую эпоху : монография / Н. Ю. Игнатова ; М-во образования и науки РФ ; ФГАОУ ВО «УрФУ им. первого Президента России Б.Н.Ельцина», Нижнетагил. технол. ин-т (фил.). — Нижний Тагил : НТИ (филиал) УрФУ, 2017. — 128 с. — 978-5-9544-0083-0 — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30678673> (дата обращения: 24.06.2021)

5.1.2. Дополнительная литература

1. [Электронная информационно-образовательная среда современного университета](#) Ruliene L.N., Sekulich N.V., Namsarayev S.D. Монография. Улан-Удэ, 2018 - Издательство: [Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова](#) (Улан-Удэ)

- URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36889991> (дата обращения: 24.06.2021).
2. Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.] ; под редакцией Г. Е. Кедровой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 653 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14260-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 56 — URL: <https://urait.ru/bcode/468135/p.56> (дата обращения: 11.01.2021).
3. Брыксина, О. Ф. Информационно-коммуникационные технологии в образовании : учебник / О.Ф. Брыксина, Е.А. Пономарева, М.Н. Сони́на. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 549 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59e45e228d2a80.96329695. — ISBN 978-5-16-012818-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1025485> (дата обращения: 24.06.2021).

№ №	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.	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.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
4.	База данных «EastView»	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http:// ebiblioteka.ru/
5.	База данных международног о индекса научного цитирования «Scopus»	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http:// www.scopus.com
6.	Международны й индекс научного цитирования «Web of Science»	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	http:// webofknowledge.c om
7.	Электронная библиотека «Grebennikon»	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https:// grebennikon.ru

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Студент в среде электронного обучения» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа 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 работе в лаборатории;

самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

Персональные компьютеры;
Средства доступа к Интернет;
Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic
OPEN No Level Microsoft Visio.

3. Справочно-правовая система Консультант+
4. Acrobat Reader DC
5. 7-Zip
6. Microsoft Office (Word, Excel)
7. Виртуальная образовательная среда РГСУ <https://sdo.rgsu.net>

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	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.	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.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных «EastView»	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http://ebiblioteka.ru/
5.	База данных международного индекса научного цитирования «Scopus»	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com
6.	Международный индекс научного цитирования «Web of	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное	http://webofknowledge.com

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
	Science»	цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	
7.	Электронная библиотека «Grebennikon»	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «Студент в среде электронного обучения» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки 09.03.02 «Информационные системы и технологии».

используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное 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 (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет, компьютер).

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 учебной дисциплины «Студент в среде электронного обучения» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины «Студент в среде электронного обучения» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины «Студент в среде электронного обучения» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Студент в среде электронного обучения» 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 компьютерных технологий.

В рамках учебной дисциплины «Студент в среде электронного обучения» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

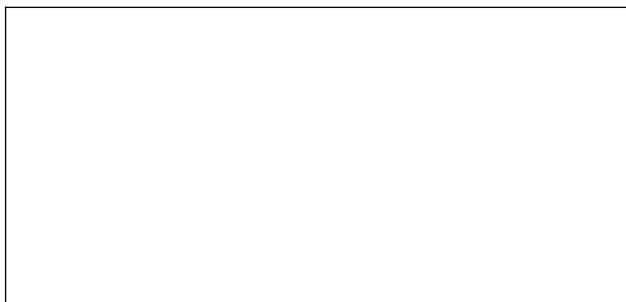
№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ Романов И.В.

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии трудоустройства
Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Современные социальные коммуникации

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Уровень профессионального образования

Высшее образование – бакалавриат

Очная, заочная формы обучения

Москва, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Д.К.Танатова

Руководитель основной
образовательной программы
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа дисциплины(модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления Протокол №11 от 15 мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета коммуникативного Реклама и связи с общественностью Протокол №9 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета,

канд. пед. наук, доцент

С.В. Крапивка

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «АнсофтДевелопмент»

Исполнительный директор,

канд. физ.-мат. наук



Г.Б. Меньков

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ФГБОУ ВО «Московский
политехнический университет»,
НОЦ инфокогнитивных технологий,
доктор технических наук,
профессор

Н.И. Гданский

к.т.н., доцент кафедры
информационных систем, сетей и
безопасности

В.Л. Симонов

Согласовано

Научная библиотека, директор

И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	6
3. Содержание дисциплины (модуля).....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	7
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	10
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	10
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	10
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	12
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	15
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.....	16
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	17
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	20
9.1. Информационные технологии.....	20
9.2. Программное обеспечение.....	20
9.3. Информационные справочные системы.....	20
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	21

1. Образовательные технологии.....	22
Лист регистрации изменений.....	23

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины(модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о технологиях трудоустройства с последующим применением их в профессиональной деятельности и формирование практических навыков по поиску работу и трудоустройству.

Задачи дисциплины (модуля):

- приобрести знания о современных подходах к управлению карьерой,
- научиться выбирать и реализовывать эффективную стратегию поведения на рынке труда,
- приобрести навыки поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации ситуации на рынке труда, по вопросам трудоустройства и занятости,
- научиться применять методы и инструменты трудоустройства на практике.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) «**Технологии трудоустройства**» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «**Реклама и связи с общественностью**» по направлению подготовки **42.03.01«Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) очной форме обучения.**

Изучение дисциплины (модуля)«**Технологии трудоустройства**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «Кадровая политика государства и организации», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Изучение дисциплины (модуля)«**Технологии трудоустройства**» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин (модулей): «Управление карьерой», «Рынок труда и управление трудовыми отношениями».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций: УК-4, УК-6 соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

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

Категория компетенций	Код компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур УК-4.2 работа в кросс-культурном пространстве и на международном уровне УК-4.3 основы публичных презентаций и выступлений	Знать: различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур Уметь: самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне Владеть: навыками публичных презентаций и выступлений
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	Знать: технологии управления временем Уметь: использовать технологии управления временем в профессиональной деятельности Владеть: навыками стратегического планирования

			УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	

2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3				
Аудиторные учебные занятия, всего	36	36				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Учебные занятия семинарского типа	10	10				
Лабораторные занятия	0	0				
ИКР	16	16				
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	36	36				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
Вид промежуточной аттестации, контроль (час)	зачет	зачет				

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.	2	2				
--	---	---	--	--	--	--

3. Содержание дисциплины (модуля)

3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 72 час.

Объем самостоятельной работы – 36 час.

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						Контактная работа
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8	
3 семестр								
1.	РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	36	18	18	5	5	0	
5.	РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства	36	18	18	5	5	0	
Общий объем, часов		72	36	36	10	10	0	
Форма промежуточной аттестации		зачет						

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю) по очной форме обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль
--------------	-------	--

	СРС + контроль	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.
Семестр 3								
РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческая работа	2	тестирование	0
Общий объем, часов	36	16		16		4		0
Форма промежуточной аттестации	зачет							

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

РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования

Цель: сформировать систему знаний о современных подходах к анализу рынка труда и научиться использовать их в профессиональной деятельности

Тема 1.1. Общая характеристика рынка труда

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность рынка труда. Спрос и предложение. Рабочая сила как товар. Особенности рынка труда. Элементы рынка труда. Субъекты рынка труда. Классификация рынков труда. Механизм функционирования рынка труда. Регулирование рынка труда. Сегментация рынка труда. Молодежный рынок труда. Трансформация рынка труда. Инвестиции в человеческий капитал. Карьера. Управление карьерой. Факторы карьерного продвижения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Конкуренция на рынке труда.
2. Основные модели национальных рынков труда.
3. Современные тенденции развития молодежного рынка труда

Тема 1.2. Занятость и безработица

Перечень изучаемых элементов содержания

Социально-экономическая сущность занятости. Структура занятости. Виды занятости. Современные формы занятости. Гибкая занятость. Безработица. Уровень безработицы. Причины безработицы. Виды безработицы. Социально-экономические последствия безработицы. Безработица как социально-психологическая проблема. Социальная поддержка безработных.

Вопросы для самоподготовки:

1. Занятость населения как объект государственного регулирования
2. Новые формы занятости в рыночной экономике
3. Особенности занятости студентов.

РАЗДЕЛ2. Технологии эффективного трудоустройства

Цель: сформировать целостную систему знаний об инструментах поиска работы, овладеть навыками поиска работы и проведения мониторинга рынка труда.

Тема 2.1. Поиск работы: выбор стратегии и основные инструменты

Перечень изучаемых элементов содержания:

Выбор профессии. Ошибки при выборе профессии. Поведение на рынке труда. Оценка конкурентоспособности. Стратегии поведения на рынке труда. Концепция «карьерных якорей» Э.Шейна. Принципы формирования карьерных целей. Профорientация. Самомаркетинг. Мониторинг рынка труда. Выбор работодателя.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные направления самомаркетинга на рынке труда.
2. Пути повышения конкурентоспособности на рынке труда.
3. Факторы, определяющие выбор стратегии поведения при поиске работы.

Тема 2.2. Методы эффективного трудоустройства

Перечень изучаемых элементов содержания:

Этапы поиска работы. Поиск вакансий. Источники информации о вакансиях. Обращение в кадровые агентства. Обращение в Государственную службу занятости населения. Использование интернет-ресурсов. Superjob.ru, Hh.ru. Социальные сети и профессиональные сообщества. Типичные ошибки при поиске работы. Резюме. Виды резюме. Структура резюме. Правила оформления резюме. Переписка с работодателем. Собеседование. Интервью при приеме на работу. Психологические особенности прохождения интервью. Тестирование. Правовые аспекты трудоустройства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные документы при приеме на работу
2. Этапы эффективной подготовки к собеседованию с работодателем.
3. Карьерное портфолио.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

РАЗДЕЛ 1

Форма - реферат

Примерный перечень тем рефератов

1. Современные подходы к изучению рынка труда.
2. Трансформация занятости в условиях постиндустриальной экономики.
3. Роль государства в регулировании занятости студентов.
4. Роль государства в регулировании занятости выпускников вузов.
1. Особенности поведения различных категорий соискателей рабочих мест.
2. Дифференциация мотивационных предпочтений работников различных категорий.
3. Зарубежный опыт взаимодействия вузов и организаций-работодателей.
4. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: опыт ведущих вузов России.
5. Взаимодействие компании с кадровыми агентствами.
6. Взаимодействие компании с органами Государственной службы занятости населения.

РАЗДЕЛ 2.

Форма – творческая работа

Необходимо провести обзор вакансий в определенном сегменте рынка труда.

Рекомендуется использовать Superjob.ru, Hh.ru.

Ответить на вопросы:

- Насколько востребованы на рынке труда такие специалисты?
- На какие должности они могут претендовать?
- Какова минимальная, максимальная, средняя зарплата?
- Каковы основные требования, предъявляемые к данным специалистам?
- Чем конкретно может заниматься такой специалист в организации?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля - тестирование

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля: тестирование

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

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

5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 различия этнических и государственных особенностей, традиций и культур УК-4.2 работа в кросс-культурном пространстве и на международном уровне УК-4.3 основы публичных презентаций и выступлений	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач,	Этап формирования знаний

	траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-4, УК-6	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не

			<p>знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
УК-4, УК-6	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет</p>
УК-4, УК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p>	<p>логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет</p>

		Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>) Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Рынок труда: сущность и функции.
2. Занятость населения как объект государственного регулирования.
3. Виды безработицы.
4. Конкуренция на рынке труда.
5. Социально-экономические последствия безработицы.
6. Классификация занятости.
7. Основные элементы рынка труда.

8. Современные подходы к изучению рынка труда.
9. Концепции маркетинга рабочей силы.
10. Трансформация занятости в условиях постиндустриальной экономики.
11. Основные партнеры организации на внешнем рынке труда.
12. Государственная служба занятости населения и ее функции.
13. Роль частных структур занятости на рынке труда.
14. Взаимодействие организации с Государственной службой занятости населения.
15. Взаимодействие организации с частными структурами занятости.
16. Взаимодействие организации с учебными заведениями.
17. Взаимодействие государственных структур занятости населения с компаниями-работодателями в странах с развитой рыночной экономикой.
18. Функции и направления деятельности кадровых агентств.
19. Позитивные и негативные аспекты деятельности кадровых агентств.
20. Роль государства в регулировании занятости подростков.
21. Роль государства в регулировании занятости студентов.
22. Роль государства в регулировании занятости выпускников вузов.
23. Активная и пассивная политика занятости населения в России.
24. Особенности поведения различных категорий соискателей рабочих мест.
25. Технологии деятельности кадровых агентств.
26. Зарубежный опыт взаимодействия вузов и организаций-работодателей.
27. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: опыт ведущих вузов России.
28. Сущность и элементы самомаркетинга на рынке труда.
29. Общие правила составления резюме.
30. Подготовка к собеседованию с работодателем

Аналитическое задание

Пример

Необходимо провести сравнительный анализ деятельности государственных и частных структур занятости в России.

		Государственная служба занятости населения	Кадровые агентства
2	Роль и задачи на рынке труда		
3	Основные виды услуг		
4	Основные получатели услуг		
5	Финансовые условия получения услуг		
6	Позитивные и негативные стороны деятельности		

5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестации по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и

Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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 – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

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

6.1. Основная литература

Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 1. Кадровая политика : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджан. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02242-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452979> (дата обращения: 28.04.2020).

Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 2. Кадровое планирование : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджан. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02239-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452977> (дата обращения: 28.04.2020).

Управление человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.] ; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450458> (дата обращения: 29.04.2020).

6.2. Дополнительная литература

Алиев, И. М. Экономика труда в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 203 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03218-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/434388> (дата обращения: 28.04.2020).

Алиев, И. М. Экономика труда в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 228 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03216-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/434372> (дата обращения: 28.04.2020).

Сафонов, В. А. Социальное партнерство : учебник для вузов / В. А. Сафонов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 395 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01455-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450096> (дата обращения: 28.04.2020).

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	http://studentam.net 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	http://cyberleninka.ru/journal 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	http://window.edu.ru/library 100% доступ

<p>Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии</p>	<p>Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.</p>	<p>http://gigabaza.ru/doc/131454.html 100% доступ</p>
<p>Библиотека юридической литературы</p>	<p>Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).</p>	<p>http://pravo.eup.ru/ 100% доступ</p>

7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	<p>ЭБС «Университетская библиотека онлайн»</p>	<p>Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.</p>	<p>http://biblioclub.ru/ 100% доступ</p>
2.	<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru</p>	<p>Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.</p>	<p>http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.</p>

3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	https://www.prlib.ru/ Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online

	фильмов «Решение»	100% доступ
--	-------------------	-------------

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы дисциплины (модуля). Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа

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

Самостоятельная работа.

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. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

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

9.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

9.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3. Справочно-правовая система Консультант+
4. Acrobat Reader DC
5. 7-Zip
6. SKY DNS
7. TrueConf(client)

9.3. Информационные справочные системы

Обучающиеся по программе «Реклама и связи с общественностью» в университете имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

		школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	http://elibrary.ru/ Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.book.ru 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	http://ebiblioteka.ru/ С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	http://webofknowledge.com; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории,	https://www.prlib.ru/ Доступ в электронном

		теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	читальном зале Научной библиотеки Университета.
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	https://rusneb.ru/ доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	http://eduvideo.online 100% доступ

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

Для изучения дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 Реклама и связи с общественностью** используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа - компьютерный класс с обеспечением работы в локальной сети и выхода в Internet, а также оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

1. Образовательные технологии

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

Освоение дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предусматривает использование в учебном процессе **активных и интерактивных форм** проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» 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 компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предусмотрены *встречи с руководителями и работниками* организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	<p>Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017</p>	<p>Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года</p>	<p>01.09.20 21</p>

