



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 "Маркетинговые 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

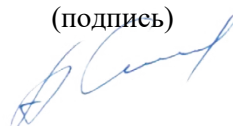


Н.Н. Терещенко

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:</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:</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	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
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

№	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 «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
-------	----------------------	--	-------------------------

	<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.

28.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Локальный маркетинг»

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 «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

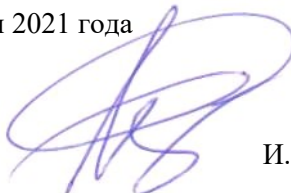


М.В. Гундарин

(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

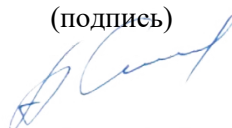


Н.Н. Терещенко

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.

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						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				Контактная работа
			Всего	Лекционный тип	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 маркетинг» - история	17	16	5	1	1		

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						
	Итого	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 подрядчиками, специализирующимися на	13	9	3	1	0		

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 актив ность час	Форма академическо й активности	Выполнение практ. з	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль час	Форма рубежного успевающего контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: 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 «Локального маркетинга»	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению

			раздела в ЭИОС				преподавателя
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. «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 актив ность час	Форма академическо й активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий к онтроль час	Форма рубежного тек щего контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подхо ды	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 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 «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; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента,
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>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 "Маркетинговые 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

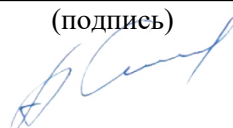


Н.Н. Терещенко

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, заочной 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
					Контактная 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						
	Лекции	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	С	П	Контактная работа
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и	43	46	12	3	3		

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 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						

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	Лабораторная работа	Контактная работа
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		

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 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	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 «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 час	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	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма

			занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				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	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	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 изучение раздела в	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

			ЭИОС				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 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 «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: *научить 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 (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 *«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 42.03.01Реклама 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.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Интернет-маркетинг**

**Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность
«Маркетинговые коммуникации»**

**Программа бакалавриата:
«Маркетинговые коммуникации»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения
очная, заочная**

Москва 2021

уки 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 интернет-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 *«Интернет-маркетинг»*;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов Интернет-коммуникации в маркетинговых функциях;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях Интернет-коммуникации в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения эффективной Интернет-коммуникации в практику деятельности компании, прежде всего в маркетинговом аспекте.

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

Дисциплина *«Интернет-маркетинг»* 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 *«Интернет-маркетинг»* 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»*, *«Личные 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-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 дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать 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 опыт 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-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 принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в практике совокупности принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

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 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					
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. Введение в интернет-маркетинг.	27	17	10	4	6			
Раздел 2. Основы Social media marketing.	27	17	10	4	6			
Раздел 3. Аналитика, отчетность и метрики эффективности	27	17	10	4	6			
Раздел 4.	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. Основы контент-маркетинга	36	32	4	4	0			
Раздел 2. Основы Social media marketing.	36	32	4	2	2			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0							
Общий объем, часов	72	64	8	4	4			
Форма промежуточной аттестации								
Модуль 2 (семестр 5)								
Раздел 2	31	27	4	2	2			
Раздел 2.	32	28	4	2	2			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9							
Общий объем, часов	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. Основы контент-маркетинга	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Раздел 2. Основы Social media marketing.	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Раздел 3. Аналитика, отчетность и метрики эффективности	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Раздел 4.	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению 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 1.2 Основы контент-маркетинга	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Раздел 1.2 Основы Social media marketing.	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Общий объем по модулю/ семестру, часов	64	30		30		4	
Модуль 2 (семестр 5)							
Раздел 2.1	27	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Раздел 2.2	28	13	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по устройению преподавателя
Общий объем, часов	72	25		26		4	
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	55		56		5	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Введение в интернет-маркетинг (Раздел 1.1 для з.о)

Цель: формирование системы знаний об интернет-маркетинге как маркетинговом инструменте

Перечень изучаемых элементов содержания

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

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите три вида интернет-маркетинга
2. Назовите пять компетенций специалиста по интернет-маркетингу
3. Назовите основные принципы этичного интернет-маркетинга
4. Что такое ремаркетинг?

РАЗДЕЛ 2. Сайт как основа продвижения в интернет-маркетинге. (Раздел 1.2 для з.о)

Цель: формирование знаний о структуре веб-сайта для их дальнейшего применения в интернет-маркетинге

Перечень изучаемых элементов содержания

Сайт как инструмент продвижения компании в сети интернет. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия. Функции и типы веб-сайтов. Возможности использования интернет-сайта: реклама, связи с общественностью, поддержка потребителей, продвижение торговой марки, стимулирование сбыта, проведение исследований. Структурирование целевых аудиторий. Основные стратегии продвижения сайта в поисковых системах. Комплексный аудит сайта (юзабилити, верстка, маркетинг, индексация сайта поисковыми системами, видимость в поисковых системах по ключевым запросам, смысловое содержание сайта, наличие программных ошибок и др.). Настройка основных тегов, значение данной работы для будущей оптимизации. Обзор онлайн сервисов для формирования семантического ядра.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие сайты можно использовать для разработки семантического ядра сайта?

2. Что такое SEO-оптимизация?
3. Назовите три известные вам CMS-системы
4. Что такое лидогенерация?
5. Какие инструменты используются для веб-аналитики?

РАЗДЕЛ 3. Интернет-реклама.

Цель: формирование знаний о целях, задачах и инструментах интернет-рекламы и навыков их использования

Перечень изучаемых элементов содержания.

Поисковая реклама. Медийная и контекстная реклама: сущность, цели, применение. Таргетированная реклама. Контекстная и таргетированная реклама: общее и различное. Создание и настройка объявлений в Google Adwords и Яндекс.Директ. Создание креативов в интернет-рекламе. Рекламные кабинеты социальных сетей. Медиапланирование и его роль в коммуникационном процессе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите три отличия контекстной рекламы от таргетированной.
2. Что такое A/B тестирование объявлений?
3. Что такое CTR?
4. Какая аббревиатура расшифровывается как цена за тысячу показов баннера, объявления или любого другого коммерческого блока?
5. Расшифруйте аббревиатуры РСЯ и КМС.

РАЗДЕЛ 4. Оценка эффективности интернет-маркетинга (Раздел 2.2 для 3.0)

Цель: формирование системы знаний о веб-аналитике с возможностью их дальнейшего использования в интернет-маркетинге

Перечень изучаемых элементов содержания.

Основные инструменты веб-аналитики. Работа с отчетами в Google Analytics и Яндекс.Метрика. UTM-метки. Настройка событий и целей. Обзор инструментов Tag Manager, Power BI, Google Data studio. Внутренняя аналитика в социальных сетях. Big Data и безопасность данных в социальных сетях.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие данные об аудитории сайта можно узнать с помощью базового отчета Google Analytics?
2. Что такое cookie-файлы?
3. Каким образом можно посмотреть статистику профиля в Инстаграм?
4. Назовите три метрики, по которым можно оценить эффективность продвижения в социальных сетях
5. Назовите три метрики, которые показывают эффективность статьи на сайте

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.— Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 1.

6. Интернет-маркетинг в системе интегрированных коммуникаций бренда
7. История интернет-маркетинга
8. Виды интернет-маркетинга
9. Количественные и качественные исследования аудитории в интернете
10. Целевая аудитория в интернет-маркетинге
11. Инструменты вовлечения в интернет-маркетинге
12. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет
13. Принципы электронной коммерции
14. Мировые тенденции развития Интернет-маркетинга и особенности его развития в русскоязычной части сети.
15. Подготовка брифа для создания стратегии интернет-маркетинга
16. Лидогенерация в интернет-маркетинге.
17. Использование маркетинговых исследований в интернет-маркетинге
18. Социальный маркетинг как часть интернет-маркетинга
19. Проблемы и перспективы развития интернет-маркетинга
20. B2B и B2C интернет-маркетинг.
21. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки
22. E-mail-маркетинг
23. Интернет-брендинг
24. Маркетинг в социальных сетях
25. SMM и контент-маркетинг как часть интернет-маркетинга

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 2.

26. Веб-сайт как маркетинговый инструмент
27. SEO-продвижение веб-сайта.
28. Контент-маркетинг и SEO при продвижении веб-сайта.
29. Семантическое ядро.
30. Основные CMS-системы.
31. Методы и критерии оценки качества сайта.
32. Внутренняя и внешняя оптимизации сайта.
33. Юзабилити: правила и принципы.
34. Лидогенерация.
35. Поисковый маркетинг.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3. Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 3.

36. Основы медиапланирования.
37. Разработка медиаплана. Структура и содержание медиаплана
38. Особенности медиапланирования рекламы в сети Интернет.
39. Медиаметрия – основные направления.
40. Показатели финансовой эффективности кампании
41. Работа с РСЯ.
42. Работа с КМС.
43. Таргетированная реклама в социальных сетях.
44. Контекстная и таргетированная реклама: общее и различное
45. Роль рекламы в интернет-маркетинге.
46. PR-инструменты в интернет-маркетинге.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4. — Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 4.

47. Место веб-аналитике в системе интернет-маркетинга
48. Веб-аналитик: особенности работы, задачи и необходимые навыки
49. Системы веб-аналитики.
50. Ключевые показатели эффективности в веб-аналитике.
51. Анализ посещаемости сайта
52. Анализ юзабилити
53. Методология веб-анализа
54. Инструмент Customer Journey Map в веб-аналитике
55. Трафик в веб-аналитике
56. A/B тестирование
57. Аналитика социальных сетей: основные инструменты и KPI
58. Python как инструмент работы с данными

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Контрольная работа. В течение контрольной работы студент должен будет использовать знания, полученные в курсе «Интернет-маркетинг», для решения задач и проблем маркетинговой деятельности компании в Интернете. 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 (в том числе презентациям) 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 осуществлять ав-	ПК 2.1. Осуществляет авторскую деятельность	Знать специфику разных раз-

	торскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	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	ных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта Владеть Технологиями авторской деятельности в области медиа
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	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

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	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-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: [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-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

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

59. маркетинговых коммуникаций

Интернет-маркетинг в системе

- | | |
|-----|--|
| 60. | Комплекс Интернет-маркетинга
в системе маркетинга |
| 61. | Особенности и преимущества
интернет-маркетинга |
| 62. | Веб-сайт как маркетинговый
инструмент |
| 63. | Модели поведения посетителей
сайтов |
| 64. | E-mail маркетинг. Основные
направления e-mail маркетинга |
| 65. | Поисковые системы |
| 66. | Баннер. Эффективность баннера.
Текстовые баннеры. Интерактивные баннеры. Службы баннерного обмена.
Размещаем баннер на сайте |
| 67. | Внутренняя оптимизация сайта.
Общие положения и методы |
| 68. | Внешняя оптимизация. Общие
положения и методы |
| 69. | Ключевые слова для продвиже-
ния сайта |
| 70. | Семантическое ядро сайта |
| 71. | Влияние уникального дизайна
на продвижение сайта |
| 72. | SEO-продвижение |
| 73. | Контекстная, медийно-контекст-
ная и медийная реклама. |
| 74. | Контент-маркетинг в системе
интернет-маркетинга |
| 75. | SMM в системе интернет-марке-
тинга |
| 76. | PR мероприятия с использова-
нием интернет-технологий. |
| 77. | Коммьюнити-менеджмент |
| 78. | Виды интернет-магазинов. Пре-
имущества и недостатки интернет-магазинов. |
| 79. | Медийная реклама. Баннеры.
Параметры эффективности. |

80. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
81. Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
82. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
83. Контекстная реклама. Преимущества и недостатки данного вида продвижения. Источники, критерии эффективности.
84. SMO (social media optimization, продвижение сайта в социальных медиа-сетях) и SMM (social media marketing, маркетинг в социальных медиа-сетях)
85. Основные инструменты веб-аналитики
86. Инструменты проектирования пользовательского пути

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, 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. 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: 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 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 «*Интернет-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 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 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 «*Интернет-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 дисциплины «*Интернет-маркетинг*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «*Интернет-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 дисциплины «*Интернет-маркетинг*» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «*Интернет-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 дисциплины «*Интернет-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
И.В. Романов
27 мая 2021.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технология создания рекламного продукта

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Маркетинговые коммуникации»

Программа бакалавриата:
«Маркетинговые коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
очная, заочная

Москва 2021

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 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.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 соотношенные 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 рекламного продукта 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 *«Технология создания рекламного продукта»*;
2. овладение навыками практического создания рекламного продукта (РП) в различных сферах.
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях РП в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения эффективной деятельности по созданию РП в практику деятельности компании, прежде всего в маркетинговом аспекте.

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

Дисциплина *«Технология создания рекламного продукта»* 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 *«Технология создания рекламного продукта»* 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»*, *«Личные 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-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 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-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 принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в практике совокупности принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>

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 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					
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		Экзаме н		
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	Самос тоятел ьная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контак тная работа
			Всего	Лекци онные зани ятия	Семи нарские / практ ически е зани ятия	Лабора торные зани ятия	Конт актна я работ а в ЭИО С	
Модуль 1 (семестр 4)								
Раздел 1. Технология создания рекламного продукта как универсальная дисциплина	27	17	10	4	6			
Раздел 2. Виды РП с технологической точки зрения	27	17	10	4	6			
Раздел 3. Этапы создания РП	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. Технология создания рекламного продукта как универсальная дисциплина	36	32	4	4	0			
Раздел 2. Виды РП с технологической точки зрения	36	32	4	2	2			
Форма промежуточной аттестации								
Модуль 2 (семестр 5)								
Раздел 3. Этапы создания РП	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. Технология создания рекламного продукта как универсальная дисциплина	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Виды РП с технологической точки зрения	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 3. Этапы создания РП	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно 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 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. Технология создания рекламного продукта 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 РП 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 РП	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 Технологии создания рекламного продукта (Раздел 1.1 для 3.0)

Цель: формирование системы знаний об Технологии создания рекламного продукта как маркетинговом инструменте

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие Технологии создания рекламного продукта. Место и значение курса в системе подготовки специалиста по маркетингу. Актуальность и привлекательность использования интернет в качестве инструмента маркетинга. Место Технологии создания рекламного продукта в деятельности компании. Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Комплексный Технологии создания рекламного продукта. Мировые тенденции развития Технологии создания рекламного продукта 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 Технологии создания рекламного продукта
3. Назовите основные принципы этичной Технологии создания рекламного продукта

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

Цель: формирование знаний о структуре РП с технологической точки зрения

Вопросы для самоподготовки:

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

РАЗДЕЛ 3. Этапы создания РП

Цель: формирование знаний о структуре технологического процесса по созданию РП

Вопросы для самоподготовки:

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

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

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

Вопросы для самоподготовки:

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

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

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 14: форма рубежного контроля – Контрольная работа. В течение контрольной работы студент должен будет использовать знания, полученные в курсе «Технология создания рекламного продукта», для решения задач и проблем маркетинговой деятельности компании. 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 (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	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе
-----------------	------------------------	---------------------	---

	(части компетенции)		освоения образовательной программы
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>

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	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-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: [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-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

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Технология создания рекламного продукта в системе маркетинговых коммуникаций

2. Комплекс Технология создания рекламного продукта в системе маркетинга
3. Особенности и преимущества эффективного использования Технологии создания рекламного продукта 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 интертекстуальность.
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

Технология создания рекламного продукта : 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. 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: 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	http://e.lanbook.com/ 100% доступ

		издательств учебной литературы и 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.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 «Технология создания рекламного продукта» 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 *«Технология создания рекламного продукта»* 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 *«Технология создания рекламного продукта»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины *«Технология создания рекламного продукта»* 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 *«Технология создания рекламного продукта»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Технология создания рекламного продукта»* 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 *«Технология создания рекламного продукта»* 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:
Маркетинговые 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

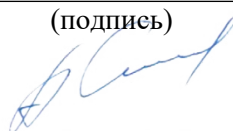


Н.Н. Терещенко

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
	способность планировать и	ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных	Знать: специфику организации и медиа сопровождения мероприятий

ПК-1	осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и 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 на основе принципов открытости, доверия и	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность

	корпоративной социальной ответственности	корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	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 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

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 трансляции 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: медиарилейшнз; 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.

- 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:






INTERVOLGA.RU

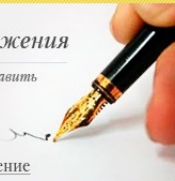
Открытый семинар ИНТЕРВОЛГА и Mail.ru Group

Совет директоров Волгограда



Ваши предложения

Здесь вы можете оставить свои предложения



Оставить предложение

Городская общественная организация промышленных предприятий «Совет директоров Волгограда»


16+

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


Подписка на рассылку Подписка

Поиск по сайту 🔍


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 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-	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	01.09.2021



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
Организация деятельности коммуникационного агентства

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Маркетинговые коммуникации»

Программа бакалавриата:
«Маркетинговые 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 на основе принципов	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

	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 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

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;

вносите 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 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.	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>01.09.2021</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
Выставочно-ярмарочная деятельность

Направление подготовки
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Маркетинговые коммуникации»

Программа бакалавриата:
«Маркетинговые коммуникации»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины **Выставочно-ярмарочная деятельность** 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 и направлениях выставочно-ярмарочной деятельности 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 **«Выставочно-ярмарочная деятельность»**;
2. овладение навыками организации работы в рамках направления профессиональной деятельности **Выставочно-ярмарочная деятельность** (далее ВЯД);
3. формирование представлений о формах, методах ВЯД в различных сферах;
4. приобретение навыков внедрения стандартов коммуникационной деятельности в сегменте ВЯД.

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

Дисциплина **Выставочно-ярмарочная деятельность** 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 **Выставочно-ярмарочная деятельность** 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 на основе принципов	ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

	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 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

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 агентств в сфере ВЯДа				4	6			
Раздел 2. Управление агентств в сфере ВЯДом				4	6			
Раздел 3. Управление проектами в агентств в сфере ВЯДе				4	6			
Раздел 4. Продвижение услуг агентств в сфере ВЯДа				4	6			
Контроль промежуточной аттестации (час)	36							
Общий объем, часов	144	68	40	16	24			
Форма промежуточной	Экзамен							

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
аттестации							

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 агентств в сфере ВЯДа			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 2. Управление агентств в сфере ВЯДом			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 3. Управление проектами в агентств в сфере ВЯДе			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование

Раздел 4. Продвижение услуг агентств в сфере ВЯДа			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС		Практическо е задание		тестировани е
Общий объем по модулю/семестру, часов							

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. Содержание деятельности в рамках ВЯД

Цель: формирование системы знаний о работе в рамках ВЯД

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 в сфере ВЯД. Стратегии коммуникационных агентств в сфере ВЯД на рынке. Специфика бизнеса коммуникационных агентств в сфере ВЯД.

РАЗДЕЛ 2. Управление коммуникациями в сфере ВЯД

Цель: формирование понятия о процессе планирования деятельности агентств в сфере ВЯДа.

Перечень изучаемых элементов содержания

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

Вопросы для самоподготовки:

Анализ работы текущего агентств в сфере ВЯД: 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 агентств в сфере ВЯДа (участие в фестивалях, рейтинги).

РАЗДЕЛ 3. Управление проектами в сфере ВЯД

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 агентств в сфере ВЯДом. Грамотная формулировка задачи, грамотная обратная связь. Виды контрактов, плюсы и минусы различных способов. Система работы: брифинги, презентации, корректировки, тайминги, оценка эффективности. Мотивация агентств в сфере ВЯД и команды, варианты КРІ.

РАЗДЕЛ 4. Продвижение услуг агентств в сфере ВЯД

Цель: освоить формы продвижения услуг коммуникационного агентств в сфере ВЯДа

Перечень изучаемых элементов содержания.

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

Вопросы для самоподготовки:

Сложные кейсы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Оценить необходимость участия в ВЯД для нескольких брендов

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Разработать стратегию участия бренда в ВЯД

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Составьте медиа-досье на ведущин мероприятия в сфере ВЯД

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Составьте бриф на ведение сопровождения клиента ВЯД

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	Содержание	Результаты обучения	Этапы формирования
------------	-------------------	----------------------------	---------------------------

компетенци и	компетенции (части компетенции)		компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		ПК-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании	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	ПК5.1 Знать: суть	Этап формирования

		принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	знаний
	свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК 5.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования умений
		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
	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
ПК-1, 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	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,

			<p>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>
ПКО-1, ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, 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; 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</p>
ПКО-1, ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации</i></p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и</p>

		и т.д.) Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	заклучения 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. Основные типы выставок и ярмарок
2. Анализ работы в сфере ВЯД: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.
3. Разработка позиционирования в ВЯД: миссия, видение, ценности, позиционирование.
4. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта(ов), человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентств в сфере ВЯД (участие в фестивалях, рейтинги).
5. Международные выставки-ярмарки.
6. Отраслевые выставки-ярмарки
7. Региональные выставки-ярмарки
8. Проектирование структуры исполнителя в сфере ВЯД в зависимости от задач и структуры бизнеса. Определение ролей сотрудников, иерархия, набор компетенций.
9. Типы рекламных/коммуникационных агентств в сфере ВЯД
10. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентств в сфере ВЯД
11. Оценка эффективности работы коммуникационного агентств в сфере ВЯД (со стороны клиентов, со стороны акционеров).
12. Коммуникационные стратегии.
13. Стейкхолдеры и организация коммуникаций с ними в сфере ВЯД.
14. Ведение ВЯД онлайн

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 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	http://cyberleninka.ru/journal

		<p>количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о</p> <p>научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.</p>	100% доступ
6	<p>Единое окно</p> <p>доступа к</p> <p>образовательным ресурсам</p>	<p>Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>100% доступ</p>
8	<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/</p> <p>100% доступ</p>

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Организация деятельности коммуникативного агентства в сфере ВЯДа» 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 программой 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;

вносите 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	http://biblioclub.ru/ 100% доступ

		учебных заведений и 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, 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 (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 «*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 агентств в сфере ВЯДа*» 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	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021

	Федерации от № 524 от 08.06.2017		
--	----------------------------------	--	--



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

«Маркетинговые 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



(подпись)

И

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



(подпись)

И.О.Фамилия

И.В. Романов

к.псих.н.

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 «Орга»,

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 «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 деят ельности 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, самостоятельно 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, самостоятельно 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, самостоятельно 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) 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	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 (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 «*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 42.03.01 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
И.В. Романов
28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Личные 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 «Личные 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



(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 2021г.

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. Нисов

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)	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.....	Ошибка! Закладка не определена.
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	Ошибка! Закладка не определена.
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	Ошибка! Закладка не определена.
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	Ошибка! Закладка не определена.
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	Ошибка! Закладка не определена.
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	Ошибка! Закладка не определена.
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	Ошибка! Закладка не определена.
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	Ошибка! Закладка не определена.
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	Ошибка! Закладка не определена.
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	Ошибка! Закладка не определена.
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	Ошибка! Закладка не определена.
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Ошибка! Закладка не определена.
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	Ошибка! Закладка не определена.
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	Ошибка! Закладка не определена.
5.1.1. Основная литература	Ошибка! Закладка не определена.
5.1.2. Дополнительная литература.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	Ошибка! Закладка не определена.
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	Ошибка! Закладка не определена.
5.6 Образовательные технологии	Ошибка! Закладка не определена.
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	Ошибка! Закладка не определена.

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Личные продажи» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о формах, приемах и технологиях Личных продаж с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков Личных продаж посредством прямых контактов с потенциальными покупателями и средств телекоммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

1. изучить процесс купли-продажи товара, формы Личных продаж и область их применения;
2. изучить технологии и приемы Личных продаж;
3. уметь продавать товары в розничных торговых точках с использованием приемов Личных продаж;
4. уметь вести деловые беседы и деловые переговоры, в том числе с зарубежными партнерами;
5. овладеть навыками составления сценариев предложения товаров (услуг) по телефону;
6. приобрести навыки разработки программ торговых презентаций.

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

Учебная дисциплина «Личные продажи» 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 «Личные продажи» 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 и др.

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

- Корпоративная коммуникация;
- Международные коммуникации и т.д.

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	<p>ПК 1.1 этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК 1.2 результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК 1.3 реализация коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	ПК-3	способен применять основные	ПК 3.1 основные технологии	Знать: основные технологии

		технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>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>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>

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПК-1, 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
	ПКО-3	Способность применять основные технологии	ПКО-3.1. Знает сущность и особенности основных технологий маркетинговых коммуникаций.

		маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.2. Умеет применять на практике технологии различных видов маркетинговых коммуникаций. ПКО-3.3. Владеет навыками разработки и реализации коммуникационного продукта на основе технологий различных видов 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 «Личные продажи», изучаемой при очной форме обучения в 6 семестре, при заочной форме обучения - в 8 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		6				
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	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				
		8				
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	0	0				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	96	96				
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 6							
Раздел 1. Процесс купли-продажи и технология продаж	36	26	10	6	4	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Торговые презентации и телефонный маркетинг	36	26	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Личные продажи на деловом рынке	36	26	10	4	6	0	0
Тема 3.1.							
Раздел 1							
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	108	78	30	14	16	0	0
Форма промежуточной аттестации	Зачет						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	78	30	14	16	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. Процесс купли-продажи и технологии продаж	36	32	4	4	0	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
Раздел 2. Торговые презентации и телефонный маркетинг	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
Раздел 3. Личные продажи на деловом рынке	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 активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час
Семестр 6						

Раздел 1. Процесс купли-продажи и технологии продаж	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Торговые презентации и телефонный маркетинг	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Личные продажи на деловом рынке	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Компьютерное тестирование
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 активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 8							
Раздел 1. Процесс купли-продажи и технологии продаж	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Торговые презентации и телефонный маркетинг	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа

Раздел 3. Личные продажи на деловом рынке	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Компьютерное тестирование
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. ПРОЦЕСС КУПЛИ-ПРОДАЖИ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

РАЗДЕЛ 2. ТОРГОВЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ И ТЕЛЕФОННЫЙ МАРКЕТИНГ

РАЗДЕЛ 3. ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ НА ДЕЛОВОМ РЫНКЕ

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 «Личные 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-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

			<p>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</p>
--	--	--	--

			не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ПК-1, 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</p>
ПК-1, 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>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 – в форме тестирования - обучающихся по учебной дисциплине

Выберите три качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?

- A. Профильное образование, знание своего продукта, привлекательный внешний вид.
- B. Заинтересованность проблемами клиента, понимание ценности своего продукта, коммуникабельность.
- C. Стратегическое мышление, энтузиазм, ориентированность на результат.

2. Основная задача менеджера по продажам это:

- A. Презентация продукта.
- B. Контроль и обеспечение сделки по продаже.
- C. Привлечение клиента в компанию.

3. Чем менеджер по продажам похож на собственника бизнеса:

- A. Менеджер по продажам развивает свою клиентскую базу, как предприниматель свою фирму.
- B. Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки.
- C. Умение предугадать тенденции развития и выстроить стратегический план.

4. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?

- A. Клиенты, свой продукт, конкуренты.
- B. Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.
- C. Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

5. Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:

- A. Харизматичность менеджера по продажам.
- B. Давно сложившиеся отношения со старыми клиентами.
- C. Активность менеджера, понимание целевого клиента.

6. Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов:

- A. Гарантия от потерь информации.
- B. Экономия времени.
- C. Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете.

7. Какова может быть цель первого телефонного контакта с потенциальным клиентом:

- A. Продажа.
- B. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.
- C. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

8. Почему в процессе разговора с клиентом предпочтительнее "ВЫ-подход", например, «Вы получите возможность привлечь новых покупателей» (вместо – «Мы предлагаем Вам расширить ассортимент»)?

- A. Так рекомендуют психологи.
- B. Вы-подход сообщает собеседнику о получаемых выгодах как о состоявшемся факте.
- C. Так проще вызвать доверие.

9. Вы позвонили в компанию и трубку взял секретарь, что это означает для Вас?

- A. На секретаря лучше не попадать, они только мешают.
- B. Можно познакомиться с девушкой.
- C. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.

10. Менеджер по продажам должен быть одет:

- A. В дорогой костюм и использовать броские аксессуары для того, чтобы произвести впечатление успешности и запомниться партнерам.
- B. В удобной, повседневной одежде (например: джинсы + рубашка или джемпер). Это способствует неформальному общению .
- C. Деловой стиль, как принято в среде потенциального клиента. Опрятно и аккуратно.

11. Для чего нужны менеджеру по продажам демонстрационные материалы в процессе общения с клиентом?

- A. Это удобно, так как можно наглядно показать все в картинках и цифрах.
- B. Так надежнее, клиент сам сможет во всем разобраться и не риска что-либо забыть.

С. Реклама - двигатель торговли. Их нужно оставить после встречи у клиента как напоминание.

12. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:

- А. Цена.
- В. Соотношение цены и качества.
- С. Соотношение выгод и затрат.

13. Позитивная роль конкуренции заключается в:

- А. Регуляции динамики цен.
- В. Стимуляции к развитию сервиса.
- С. Интереснее работать, мотивирует.

14. Почему люди приобретают дорогие товары?

- А. Не умеют считать свои деньги.
- В. Удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
- С. Более дорогие товары - более надежны и качественны.

15. Работу с возражением менеджер по продажам должен начинать так:

- А. «Вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».
- В. «Согласен с Вами».
- С. «Я понимаю, Вашу позицию».

16. Какие свои качества менеджер по продажам использует в работе с возражениями?

- А. Терпение.
- В. Напористость.
- С. Красноречие.

17. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

- А. «Да, у нас дорого».
- В. «Да, вы правы, наши цены напрямую связаны с высоким качеством нашей продукции».

С. «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»

18. Ключевой клиент – это:

А. Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.

В. Представители крупных предприятий.

С. Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.

19. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

А. Умение парировать агрессивные высказывания.

В. Сострадание и совестливость.

С. Невозмутимость и понимание состояния клиента.

20. Работа по возвращению клиентов – это:

А. Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.

В. Умение приносить извинения за некачественную работу компании.

С. Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

21. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке:

А. Продавать как можно больше.

В. Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.

С. Продвигать свою компанию и ее продукцию.

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. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник. М.: Дашков и К°, 2017. 279 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767>.
2. Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Основы интегрированных коммуникаций: Учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2019. 486 с. Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/425906>.

5.1.2. Дополнительная литература

1. 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>.
2. Жернакова М.Б., Румянцева И.А. Деловые коммуникации: Учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2020. 370 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450047>.
3. Спивак В.А. Деловые коммуникации. Теория и практика: Учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2019. 460 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426318>.

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	https://urait.ru/

		России по различным дисциплинам	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 «Личные 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 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	http://www.book.ru

		система, коллекция электронных версий книг.	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 «*Личные 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 (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 *«Личные 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 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 *«Личные 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
	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»

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

Кризисные коммуникации
Направление подготовки
42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*»
Направленность
«*Маркетинговые коммуникации*»

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная
Заочная

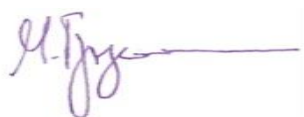
Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Кризисные коммуникации» 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.филос.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

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

Протокол № 9 от 27мая 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

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

(подпись)

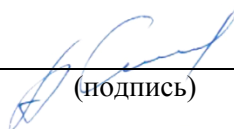
И.Е. Нисов

Консалтинговая группа «Орга»,

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 **Ошибка! Закладка не определена.**

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата **Ошибка! Закладка не определена.**

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ **Ошибка! Закладка не определена.**

2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося **Ошибка! Закладка не определена.**

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ **Ошибка! Закладка не определена.**

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**

3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ. **Ошибка! Закладка не определена.**

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**

4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания **Ошибка! Закладка не определена.**

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 **Ошибка! Закладка не определена.**

4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ **Ошибка! Закладка не определена.**

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**

5.6. Образовательные технологии **Ошибка! Закладка не определена.**

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины «Кризисные коммуникации» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о кризисных коммуникациях с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков разрешения кризисных ситуаций, происходящих в коммерческих и некоммерческих организациях, с помощью различных средств кризисных коммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

1. Знать процесс кризиса, виды кризисных ситуаций.
2. Знать принципы управления кризисами, правила построения антикризисной команды и основы кризисного планирования.
3. Уметь выбирать оптимальные средства кризисных коммуникаций через СМИ и сеть Интернет.
4. Овладеть навыками нахождения решений кризисных ситуаций с применением кризисных коммуникаций.
5. Приобрести навыки составления антикризисных обращений от лица руководства организации.

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

Учебная дисциплина «Кризисные коммуникации» 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 «Кризисные коммуникации» 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;
- Экономика;
- Социология.

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

- Корпоративная коммуникация;
- Организационное развитие в коммуникации;
- Политические коммуникации и политический консалтинг;
- 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: ПК-3, ПК-4, ПК-5 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 компетенции	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК 3.1 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
	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	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

			социальной ответственности	открытости, доверия и корпоративной 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

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 «Кризисные коммуникации», изучаемой при очной форме обучения в 5 семестре, при заочной форме обучения в 4, 5 семестрах, составляет 4 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):	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	104	104			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 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	0	0	0		
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0	0		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	124	64	60		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4		зачет 4		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	144	72	72		

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. Введение в кризисные коммуникации	36	26	10	4	6	0	0
Тема 1.1.	18	14	4	2	2	0	0
Тема 1.2.	18	12	6	2	4	0	0
Раздел 2. Средства кризисных коммуникаций в сфере бизнеса	36	26	10	4	6	0	0
Тема 2.1.	18	14	4	2	2	0	0
Тема 2.2.	18	12	6	2	4	0	0
Раздел 3. Управление кризисными коммуникациями в сфере бизнеса	36	26	10	4	6	0	0

Тема 3.1.	18	14	4	2	2	0	0
Тема 3.2.	18	12	6	2	4	0	0
Раздел 4. Управление кризисными коммуникациями в социальной сфере и политике	36	26	10	4	6	0	0
Тема 4.1.	18	14	4	2	2	0	0
Тема 4.2.	18	12	6	2	4	0	0
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. Введение в кризисные коммуникации	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.	18	16	2	1	1	0	0
Тема 1.2.	18	16	2	1	1	0	0
Раздел 2. Средства кризисных коммуникаций в сфере бизнеса	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.	18	16	2	1	1	0	0
Тема 2.2.	18	16	2	1	1	0	0
Контроль промежуточной аттестации (час)	0						
Общий объем, часов	72	64	8	4	4	0	0
Форма промежуточной аттестации							
Семестр 5							
Раздел 3. Управление кризисными	34	30	4	2	2	0	0

коммуникациями в сфере бизнеса								
Тема 3.1.	17	15	2	1	1	0	0	
Тема 3.2.	17	15	2	1	1	0	0	
Раздел 4. Управление кризисными коммуникациями в социальной сфере и политике	34	30	4	2	2	0	0	
Тема 4.1.	17	15	2	1	1	0	0	
Тема 4.2.	17	15	2	1	1	0	0	
Контроль промежуточной аттестации (час)	4							
Общий объем, часов	72	60	8	4	4	0	0	
Форма промежуточной аттестации	Зачет							
Общий объем часов по учебной дисциплине	144	124	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 активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 5							
Раздел 1. Введение в кризисные коммуникации	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Средства кризисных коммуникаций в сфере бизнеса	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа

Раздел 3. Управление кризисными коммуникациями в сфере бизнеса	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Управление кризисными коммуникациями в социальной сфере и политике	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Ситуационное задание	2	Контрольная работа
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 активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 4							
Раздел 1. Введение в кризисные коммуникации	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	реферат	2	Исследовательская работа
Раздел 2. Средства кризисных коммуникаций в сфере бизнеса	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	64	30		30		4	

Семестр 5							
Раздел 3. Управление кризисными коммуникациями в сфере бизнеса	30	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Управление кризисными коммуникациями в социальной сфере и политике	30	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Ситуационное задание	2	Контрольная работа
Общий объем по семестру, часов	60	28		28		4	
Общий объем по дисциплине, часов	124	58		58		8	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1.1. Сущность, процесс и виды кризисов

Цель:

Раскрыть понятие «кризис», изучить сущность, процесс и классификацию кризисов.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Понятие «Кризис». Причины возникновения кризисов.
2. Положительные и отрицательные аспекты кризисных ситуаций.
3. Стадии процесса кризиса.
4. Классификация кризисов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Предпосылки возникновения кризисов в организациях.
2. Основные факторы, влияющие на возникновение кризисов.
3. Способы разрешения кризисных ситуаций.

Тема 1.2. Кризисный менеджмент и кризисные коммуникации

Цели:

1. Сформировать представление о сущности и сфере применения кризисного менеджмента.
2. Раскрыть значение и сущность кризисных коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Понятие и сфера применения кризисного менеджмента.
2. Понятие «кризисная коммуникация». Цели, задачи и функции кризисных коммуникаций как

инструмента кризисного менеджмента.

3. Основные средства коммуникаций в кризисных ситуациях.

Вопросы для самоподготовки:

1. Место кризисных коммуникаций в системе кризисного менеджмента.
2. Классификация средств кризисных коммуникаций.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем реферата:

- 1.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.

Форма рубежного контроля: исследовательская работа.

Тема:

Условия задания:

РАЗДЕЛ 2. СРЕДСТВА КРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Тема 2.1. Кризисные коммуникации коммерческих организаций через средства массовой информации

Цели:

1. _ Рассмотреть механизм взаимодействия коммерческой организации со средствами массовой информации в кризисных ситуациях.
2. _ Изучить приемы PR, способствующие разрешению кризисных ситуаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Установление партнерских отношений коммерческой организации в период кризиса со СМИ.
2. «Белый» и «Черный» PR в СМИ для разрешения кризисных ситуаций.
3. Устранение последствий негативного освещения кризиса компании в СМИ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Приемы PR в СМИ для разрешения кризисных ситуаций.
2. Противодействие распространению слухов в кризисных ситуациях через СМИ.

Тема 2.2. Кризисные коммуникации коммерческих организаций в сети Интернет

Цель:

Знать основные средства кризисных Интернет-коммуникаций коммерческих организаций и условия их применения.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Корпоративный сайт как средство кризисных коммуникаций.
2. Кризисные коммуникации компании через информационные и тематические сайты.
3. Кризисные коммуникации компании в социальных сетях и блогах.

Вопросы для самоподготовки:

1. Содержание и распространение обращений компании в социальных сетях в период кризиса.
2. Антикризисные блоги.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Форма практического задания: ситуационное задание.

Тема:

Условия задания:

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2.

Форма рубежного контроля: организационно-управленческая работа.

Тема:

Условия задания:

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ КРИЗИСНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Тема 3.1. Антикризисная команда и кризисный план коммерческой организации

Цель:

Изучить принципы управления кризисами, построение антикризисной команды, процесс разработки и содержание кризисного плана.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Принципы управления кризисами.
2. Состав и задачи антикризисной команды коммерческой организации.
3. Алгоритм работы антикризисной команды в кризисной ситуации.
4. Процесс разработки и содержание кризисного плана компании.

Вопросы для самоподготовки:

1. Формирование списка каскадных антикризисных коммуникаций.
2. Прогнозирование кризисных ситуаций.

Тема 3.2. Кризисные стратегии коммерческих организаций

Цель:

Рассмотреть основные виды кризисных стратегий и условия их применения коммерческими организациями.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Виды и критерии выбора кризисных стратегий.
2. Стратегии поведения компании в кризисных ситуациях.
3. Стратегии защиты деловой репутации компании.
4. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Способы поддержания хорошей деловой репутации в период кризиса.
2. Оборонительные и наступательные кризисные стратегии.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3.

Форма практического задания: творческое задание.

Тема:

Условия задания:

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3.

Форма рубежного контроля: организационно-управленческая работа.

Тема:

Условия задания:

РАЗДЕЛ 4. УПРАВЛЕНИЕ КРИЗИСНЫМИ СИТУАЦИЯМИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ И ПОЛИТИКЕ

Тема 4.1. Управление кризисными коммуникациями в социальной сфере

Цель:

Изучить сущность и особенности управления кризисными коммуникациями в некоммерческих организациях.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Особенности кризисных ситуаций в социальной сфере.
2. Антикризисная команда в некоммерческой организации.
3. Взаимодействие некоммерческой организации в период кризиса со СМИ.
4. Кризисные Интернет-коммуникации некоммерческих организаций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Антикризисное планирование в некоммерческих организациях.
2. Оценка применимости кризисных стратегий в социальной сфере.

Тема 4.2. Управление кризисными коммуникациями в политике

Цель:

Изучить сущность и особенности управления кризисными коммуникациями субъектов политики.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Особенности политических кризисов.
2. Политический капитал и политическое банкротство.
3. Способы сохранения политического капитала в кризисных ситуациях с помощью кризисных коммуникаций.
4. Политические технологии в условиях кризиса

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль политических технологий в разрешении кризисных ситуаций.
2. Специфика предвыборных кампаний в условиях политического кризиса.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4.

Форма практического задания: ситуационное задание.

Тема:

Условия задания:

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4.

Форма рубежного контроля: контрольная работа.

Вопросы и задания контрольной работы:

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 «Кризисные коммуникации» 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 программы
ПК-3 ПК-4 ПК-5	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 умений
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 навыков и получения опыта 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	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	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта

		(или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 5.3 технологии 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-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	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, 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>
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>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

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

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940> (дата обращения: 17.11.2021).

Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470354> (дата обращения: 17.11.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Бобылева А.З. и др. Антикризисное управление: механизмы государства, технологии бизнеса: в 2 ч. Часть 1 : Учебник и практикум для вузов / Под общей ред. А.З. Бобылевой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 284 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/455985>.
2. Бобылева А.З. и др. Антикризисное управление: механизмы государства, технологии бизнеса: в 2 ч. Часть 2: Учебник и практикум для вузов / Под общей ред. А.З. Бобылевой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 279 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/455986>.
3. Орехов С.А., Селезнев В.А., Тихомирова Н.В. Корпоративный менеджмент: Учебное пособие / Под общей ред. С.А. Орехова. М.: Дашков и К°, 2017. 440 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=452584&sr=1.

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 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 «Кризисные коммуникации» 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 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 «Кризисные 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, 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 «Кризисные коммуникации» 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, исследовательские и организационно-управленческие 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 «Кризисные коммуникации» 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
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 груп

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;</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>
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. Брендый 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 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	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 (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 «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	01.09.2021



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
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:

Профессионально	ПК-2	Способен	ПК 2.1.	Знать
-----------------	------	----------	---------	-------

е мастерство		осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	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	специфику разных разных типов СМИ и других медиа Уметь анализировать имеющийся мировой и отечественный опыта 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
	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	Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и

			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 индивидуальног о 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 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 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

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	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК 3.2 знания основных технологий	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования

	разработке и реализации коммуникационного продукта	маркетинговых коммуникаций ПК 3.3 навыки 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	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.	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал,

		<p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>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>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</p>

			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 государственного образовательного	Протокол заседания ученого совета факультета Протокол № 9 от 27 мая 2021 года	01.09.2021

	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		
--	---	--	--



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
«Маркетинговые 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:

Профессиональное мастерство	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-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<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>
	ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной	<p>ПК4.1 суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК 4.2 совокупность принципов открытости,</p>	<p>Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Уметь: использовать на практике совокупность</p>

		социальной ответственности	доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационног о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационног о продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
	ПК-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуальн о 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 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					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная
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 паблсити

- 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 коммуникаций	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

	коммуникационного продукта	ПК 3.3 навыки реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	
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 программного	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно

		<p>материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>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 при собеседовании:</p>

			[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
«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 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

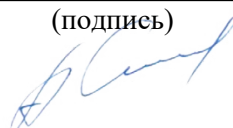


Н.Н. Терещенко

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

(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 осуществление 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, доверия и	<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>

		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					Иная контактная работа
			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

дисциплинычелове к 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	презентаци я	2	Компьютерно е 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 дисциплинычелове к в коммуникативном пространстве	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно е изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерно е 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	презентаци я	2	Компьютерно е 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	01.09.2021



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
КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ**

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 «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

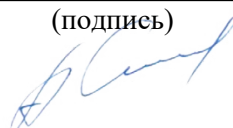


Н.Н. Терещенко

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 формам 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,

		профессиональн ую деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.2 совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 4.3 реализация коммуникационн ого продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	доверия и корпоративной социальной ответственности Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Владеть: навыками реализации коммуникационн ого 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	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					Иная контактная работа
			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					Иная контактная работа
			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, коммуникативнопсихологические 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 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-	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 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

№	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	01.09.2021



**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:
Маркетинговые 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 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «**Технологии возможностей и безбарьерной среды**» 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

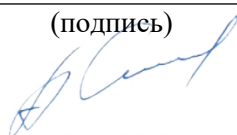


Н.Н. Терещенко

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 средствах 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, самостоятельно 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 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 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.Аcrobat 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	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей,	http://www.scopus.com/ Доступ с любого компьютера в сети

	цитирования – Scopus:	опубликованных в научных изданиях.	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



**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:
Маркетинговые 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 2020

Рабочая программа учебной дисциплины **«Адаптивные информационно-коммуникационные системы»** 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 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-	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
правовое 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	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
различными 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	72	56	16	4	4	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
дисциплине						

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-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	16	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное 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. -----	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
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, самостоятельно е 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. -----	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 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	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	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,</p>

			допускает существенные ошибки -0-4 балла.
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, 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	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-	https://uisrussia.msu.ru/ 100% доступ

		исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	
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 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.ht 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 42.03.01 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
И.В.Романов
28 мая 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в сфере услуг

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 «Маркетинг в сфере услуг» 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 «Маркетинг в сфере услуг» 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»



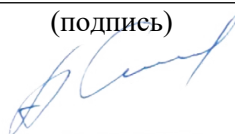
Директор по региональной рекламе

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 системе маркетинговых технологий, которые используются при создании различных продуктов в сфере услуг, а также навыка использования маркетинговых технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

1. Получение знаний о системе маркетинговых технологий и креативного процесса в сфере услуг в целом;
2. освоение базового научного аппарата современного маркетинга, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
3. сформировать представление о маркетинговом процессе в сфере услуг, о его этапах, необходимых элементах;
4. выработка 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 «Маркетинг в сфере услуг» 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 «Маркетинг в сфере услуг» 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. Майндмепинг 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 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 по семестру,	36	16		10		10	

часов							
--------------	--	--	--	--	--	--	--

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.	28	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	24	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное 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 креативного 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	ПК 3.1 основные технологии маркетинговых	Этап формирования знаний

	основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационног о 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,	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 «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 «Маркетинг в сфере услуг» 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 «Маркетинг в сфере услуг» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Маркетинг в сфере услуг» 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 «Маркетинг в сфере услуг» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Маркетинг в сфере услуг» 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 «Маркетинг в сфере услуг» 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	01.09.2021



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
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.пс.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»



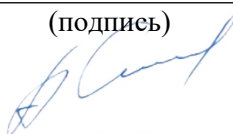
Директор по региональной рекламе

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. Майндмепинг 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 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 по семестру,	36	16		10		10	

часов							
--------------	--	--	--	--	--	--	--

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.	28	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	24	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное 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. 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 К РАЗДЕЛУ 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. Морфологические 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 Кипплинга, 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	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений

		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 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	Этап формирования знаний
		ПК 3.2 знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		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 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	01.09.2021



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 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.Маляг

СОДЕРЖАНИЕ

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

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>
	ПК-2	<i>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	<p><i>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</i></p> <p><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></p>	<p>Знать</p> <p><i>специфику разных разных типов СМИ и других медиа</i></p> <p>Уметь</p> <p><i>анализировать имеющийся мировой и отечественный опыт</i></p> <p>Владеть</p> <p><i>Технологиями авторской деятельности в области медиа</i></p>

Профессиональная компетентность	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 «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 активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час
Семестр 4						

Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность коммерческог о предложения	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Создание коммерческог о предложения в безличной форме	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Выдвижение коммерческог о предложения в безличной форме	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное 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, самостоятельное 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 активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час
Семестр 4						

Раздел 1. Основы коммерческой деятельности и сущность коммерческог о предложения	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Создание коммерческог о предложения в безличной форме	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 3. Выдвижение коммерческог о предложения в личной форме	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
Раздел 4. Правовое регулирование коммерческих сделок	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное 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 международного	Библиографическая и реферативная база данных и	http://www.scopus.com/

	индекса научного цитирования "Scopus"	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 международного индекса научного	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для	http://www.scopus.com/ 100% доступ

8.	<p>цитирования "Scopus"</p> <p>База данных международного индекса научного цитирования "Web of Science"</p>	<p>отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях</p> <p>Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях</p>	<p>http://webofknowledge.com</p> <p>100% доступ</p>
9.	<p>Видеотека учебных фильмов «Решение»</p>	<p>Коллекция учебных видеофильмов</p>	<p>http://eduvideo.online</p> <p>100% доступ</p>

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 (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 «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
«Маркетинговые 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

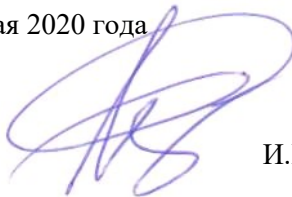


М.В. Гундарин

(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

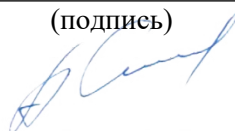


Н.Н. Терещенко

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 т 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 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	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. 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 42.03.01 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
«Маркетинг и теория поколений»**

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 «МТП» 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

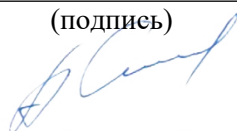


Н.Н. Терещенко

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

1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «МТП»;
2. овладение навыками практического использования метода МТП;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях МТПа в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения МТПа в профессиональную практику и практику деятельности компаний.

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

Дисциплина «МТП» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (курсы по выбору) основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «МТП» 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

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 реализации</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p>

			коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии 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
---------------------	---

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	С	Лабораторные работы	Контактная работа
Раздел 1. «МТП»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «МТП» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие методологии МТП от подобных	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика анализа ситуации на рынке в рамках МТП	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты, использования МТП	65	39	15	4	11		
Тема 4. Инструменты МТП	13	9	3	1	2		
Тема 5. МТП в разных деловых культурах.	13	9	3	1	2		

Тема 6. Принципы оценки результатов рыночной деятельности в рамках МТП.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Критика МТП	13	9	3	1	2		
Тема 8. МТП в России	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. «МТП»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		

Тема 1. «МТП» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие методологии МТП от подобных	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика анализа ситуации на рынке в рамках МТП	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты, использования МТП	65	46	15	5	3		
Тема 4. Инструменты МТП	13		3	1	1		
Тема 5. МТП в разных деловых культурах.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов рыночной деятельности в рамках МТП.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Критика МТП	13	9	3	1	0		
Тема 8. МТП в России	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 часов	Форма академическо й активности	Выполнение практ. работ	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль часов	Форма рубежного успевающего контроля
Раздел 1. «МТП»: 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 использования МТПа	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	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «МТП»: 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 использования МТПа	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. «МТП»:

понятие, принципы и основные

подходы

Тема 1. «МТП» - история происхождения, рыночные предпосылки

Тема 2. Отличие методологии МТП от подобных
Тема 3. Специфика анализа ситуации на рынке в рамках МТП
Раздел 2. Инструменты, использования МТП
Тема 4. Инструменты МТП
Тема 5. МТП в разных деловых культурах.
Тема 6. Принципы оценки результатов рыночной деятельности в рамках МТП.
Тема 7. Критика МТП
Тема 8. МТП в России

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

		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, не затрудняется с ответом при

			<p>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)</p>
--	--	--	---

			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>	<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</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>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. Теоретическая и практическая актуальность изучения теории поколений.
- 2 Теория ценностно-смыслового В.И. Пищика.
- 3 Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса: основа теории, виды поколений, источники формирования ценностей поколений.
4. Теория поколений Н. Хоува: психологические и поведенческие победителей, беби-бумеры, поколение Y).
5. Теория поколений Н. Хоува: психологические и поведенческие особенности поколений (молчаливое поколение, поколение X, поколение Z).
- 8 Российская адаптация теории поколений Е. Шамис. Особенности российской адаптации теории.
- 9 Психологические классификации профессионального становления (Е.А. Климов, Э.Ф. Зеер, Ю.П. Поваренков).
- 10 Специфика планирования своего профессионального становления представителями поколений Y и Z.
- 11 Особенности организации учебного процесса при работе с поколением Z.
- 12 Практическая реализация теорий поколений в деятельности различных организации.

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

№№	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	Крупнейший российский информационно-	http://elibrary.ru/

	библиотека "eLIBRARY.ru"	аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	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 «МТП» 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	Описание электронного	Используемый для работы адрес
--------	--------------------------	-----------------------	-------------------------------

	ресурса	ресурса	
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	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей,	http://webofknowledge.com 100% доступ

	of Science"	опубликованных в научных изданиях	
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 «МТП» 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 «МТП» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины «МТП» 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 «МТП» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «МТП» 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 «МТП» 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
«Продакт-плейсмент»**

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 «Продакт-плейсмент» 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»



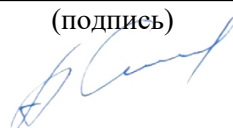
Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

(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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Продакт-плейсмент»;
2. овладение навыками практического использования метода ПП;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях Продакт-плейсмента в России и в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения продакт-плейсмента в профессиональную практику и практику деятельности компаний.

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

Дисциплина «Продакт-плейсмент» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений (курсы по выбору) основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины «Продакт-плейсмент» 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

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 реализации</p>	<p>Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций</p>

			коммуникац ионного продукта, учитывая основные технологии 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
---------------------	---

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционный тип	С	Лабораторные работы	Контактная работа
Раздел 1. «Продакт-плейсмент»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Продакт-плейсмент» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		
Тема 2. Отличие приемов продакт-плейсмента	13	13	5	1	4		
Тема 3. Специфика функционирования ПП и основные каналы коммуникации в рамках ПП	13	13	5	1	4		
Раздел 2. Инструменты Продакт-плейсмента	65	39	15	4	11		
Тема 4. Малобюджетные инструменты Продакт-плейсмента	13	9	3	1	2		
Тема 5. Отличие Продакт-плейсмента от других схожих форм продвижения.	13	9	3	1	2		

Тема 6. Принципы оценки результатов Продакт-плейсмента.	13	9	3	1	2		
Тема 7. Риски ПП, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	2		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на технологиях Продакт-плейсмента.	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	
	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

	Всего		Всего	Лекционный тип	С	П	Контактная работа
Раздел 1. «Продакт-плейсмент»:							
понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Продакт-плейсмент» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов продакт-плейсмента	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования ПП и основные каналы коммуникации в рамках ПП	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты Продакт-плейсмента							
Продакт-плейсмента	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные инструменты Продакт-плейсмента	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие Продакт-плейсмента от других схожих форм продвижения.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов Продакт-плейсмента.	13	9	3	1	1		

Тема 7. Риски ПП, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на технологиях Продакт-плейсмента.	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 активность	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный тестушки	Форма рубежного тестушки
Раздел 1. «Продакт-плейсмент»: понятие, принципы и основные подходы	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				преподават еля
Раздел 2. Инструменты Продакт- плейсmenta	39	18	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоя тельное изучение раздела в ЭИОС	19	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Общий объем, часов	78	36		38		4	

Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая актив ность	Форма академическо й активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Продакт- плейсмент»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовк а к лекционн ым и практичес ким занятиям, самостоя тельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютер ное тестирован ие или иная форма рубежного контроля по усмотрени ю преподават еля
Раздел 2. Инструменты	46	22	Подготовк а к лекционн	22	реферат	2	Компьютер ное

Продакт-плейсмента			ым и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				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.«Продакт-плейсмент»: понятие, принципы и основные подходы

Тема 1.«Продакт-плейсмент» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов Продакт-плейсмента на аудиторию.

Цель: дать основные понятия курса, определить место Продакт-плейсмента в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения термина «Продакт-плейсмент». Понятие и основные принципы «Продакт-плейсмента». Понятие «Продакт-плейсмент» (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 «Продакт-плейсмента» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов Продакт-плейсмента;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта Продакт-плейсмента.

Тема 2. Отличие приемов Продакт-плейсмента, инновационная сущность креативного продукта.

Цель: Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

Перечень изучаемых элементов содержания

Традиционно Продакт-плейсмент 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 Продакт-плейсмента: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Продакт-плейсмента.

Тема 3. Специфика функционирования Продакт-плейсмента и основные каналы коммуникации

Цель: дать представление о функционировании Продакт-плейсмента в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации

Перечень изучаемых элементов содержания

Девиз ПП: оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Продакт-плейсмент зачастую действует «от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип Продакт-плейсмента. 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 ПП.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта Продакт-плейсмента.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для Продакт-плейсмента.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. История появления Продакт-плейсмента
2. Коммуникационные особенности Продакт-плейсмента
3. Продакт-плейсмент как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития Продакт-плейсмента
5. Лучшие мировые кейсы Продакт-плейсмента

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 «Продакт-плейсмент»?
- 1.2. В какой стране Продакт-плейсмент получил наибольшее развитие на сегодняшний день?
- 1.3. Продакт-плейсмент это:
 - низкобюджетный маркетинг;
 - вирусный маркетинг;
 - нелегальный маркетинг.

Тема 2.

- 2.1. Что является признаком креативного продукта Продакт-плейсмента?
 - виральность;
 - виртуальность;
 - вариативность.
- 2.2. Что является признаком креативного продукта Продакт-плейсмента?
 - дешевизна;
 - известный автор;
 - черный юмор.
- 2.3. Что является признаком креативного продукта Продакт-плейсмента?
 - использование нецензурной лексики;
 - необычность, уникальность;
 - медийный отклик.

Тема 3.

- 3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать Продакт-плейсмент?
 - желание купить;

- шок;
 - желание сфотографировать и поделиться.
- 3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях Продакт-плейсмента?
- 3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей Продакт-плейсмента:
- опрос;
 - наблюдение;
 - контент-анализ.

РАЗДЕЛ 2. Инструменты Продакт-плейсмента

Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы

Цель: *представить Продакт-плейсмент 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 Продакт-плейсмента.

Тема 5. Отличие Продакт-плейсмента от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.

Цель: *научить классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них Продакт-плейсмент. Разграничить Продакт-плейсмент, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.*

Перечень изучаемых элементов содержания

Схожесть вирусного и Продакт-плейсмента – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, Продакт-плейсмент – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и Продакт-плейсмент объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм

коммуникации. Отличие – в бюджете, который Продакт-плейсмент всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и Продакт-плейсмента.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и Продакт-плейсмента.

Тема 6. Принципы оценки результатов Продакт-плейсмента

Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Продакт-плейсмента.

Перечень изучаемых элементов содержания

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки Продакт-плейсмента, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные методы социологии для оценки Продакт-плейсмента;
2. Основные методы психологии для оценки Продакт-плейсмента;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

Тема 7. Риски Продакт-плейсмента, 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 Продакт-плейсмента. Известные кейсы негативного влияния Продакт-плейсмента 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 Продакт-плейсмента.

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 Продакт-плейсмента.

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 Продакт-плейсмента.

Цель: выработать практические навыки проектирования Продакт-плейсмента.

Примерные темы контрольных работ:

1. Метод исследования и оценки результатов Продакт-плейсмента «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 Продакт-плейсмента.

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 Продакт-плейсмента, аналогичный работе практикующих специалистов.

Назначение контрольной работы - закрепить знания о методах Продакт-плейсмента.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции Продакт-плейсмента;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода Продакт-плейсмента.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода Продакт-плейсмента 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 Продакт-плейсмента?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия Продакт-плейсмента 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 Продакт-плейсмента?

- 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 Продакт-плейсмента.

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 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	Этап формирования

		реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	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 излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская

			<p>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-1, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно

		<p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией:</p> <p>(9-10] баллов;</p>
<p>ПК-1, ПК-3</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>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</p>

			<p>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 Продакт-плейсмента в системе маркетинговых коммуникаций.***
2. ***Продакт-плейсмент, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.***
3. ***Функционирование Продакт-плейсмента в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.***
4. ***Классификация видов инновационного маркетинга и место Продакт-плейсмента. Разграничение Продакт-плейсмента, вирусного маркетинга и нативной рекламы.***
5. ***Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках Продакт-плейсмента.***
6. ***Продакт-плейсмент 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 Продакт-плейсмента;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта Продакт-плейсмента;
3. Определите три главных признака Продакт-плейсмента.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта Продакт-плейсмента.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей Продакт-плейсмента.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта Продакт-плейсмента.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами Продакт-плейсмента, 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 Продакт-плейсмента.

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

№№	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	Виртуальный читальный зал	https://urait.ru/

	«Юрайт»	учебников и учебных пособий от авторов ведущих вузов России по различным дисциплинам	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 «Продакт-плейсмент» 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»	Электронная библиотека учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, справочников, словарей, энциклопедий, видео- и аудиоматериалов, иллюстрированных изданий	http://biblioclub.ru/ 100% доступ
2.	Научная	Крупнейший российский	http://elibrary.ru/

	электронная библиотека "eLIBRARY.ru"	информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций	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 *«Продакт-плейсмент»* 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 *«Продакт-плейсмент»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Продакт-плейсмент»* 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 *«Продакт-плейсмент»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Продакт-плейсмент»* 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 *«Продакт-плейсмент»* 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