



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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и социальных  
технологий

\_\_\_\_\_/Пивнева С.В./

28.03. 2023 г..

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ**

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

**Направленность**  
**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
**Очная**

Москва 2023


Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Социология и психология общественного мнения**» 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 г. № 524, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Социология и психология общественного мнения**» разработана: Рудинской И. В.к.с.н., доц.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой  
Д.э.н., профессор



---

(подпись)

Д.А. Шевченко

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

# СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата/магистратуры/специалитета</i> соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	8
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	9
<b>2.3 Содержание дисциплины (модуля).....</b>	<b>12</b>
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	14
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	14
3.2 Задания для самостоятельной работы.....	15
3.3 Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине (модулю).....	16
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	18
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	18
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	18
<b>4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....</b>	<b>18</b>
<b>4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....</b>	<b>19</b>
<b>4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....</b>	<b>20</b>
4.3 Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	21
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	21
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	25
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины ( <i>модуля</i> ).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	27

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	28
5.4.1. Средства информационных технологий.....	28
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства.....	28
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	28
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	28
5.6 Образовательные технологии.....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	29

# РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

## 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний феномена общественного мнения и его прикладных функций в различных сферах общественной жизни – политической, экономической, социальной, культурной, информационной.

Задачи дисциплины:

1. Знакомство с предпосылками и условиями возникновения феномена общественного мнения, теориями общественного мнения;
2. освоение методологии и методов исследования общественного мнения;
3. выработка умений анализировать результаты общественного мнения и исследовать общественное мнение по различным вопросам жизни общества;
4. выработка у бакалавров умений и навыков воздействовать на общественное мнение через протоколы медиа коммуникации, создавая продукты рекламы и связей с общественностью, а также журналистские продукты.

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-9; ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Принимает обоснованные экономические решения УК-9.2. Анализирует различные области жизнедеятельности с точки зрения экономических решений	Знать: основы экономики, основные принципы и законы экономической деятельности  Уметь: принимать экономические решения на основе предварительного экономического анализа

<p>Медиакоммуникационная система</p>	<p>ОПК-5.Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Знать: основные тенденции, влияющие на функционирования медиасистем разного уровня</p> <p>Уметь: выполнять профессиональные обязанности журналиста в соответствии с тенденциями функционирования медиасистемы</p>
--------------------------------------	--	--	--

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен экзамен.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4, Семестр 7			
		7			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	<b>110</b>	<b>110</b>			
Лекционные занятия	36	36			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	72	72			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>88</b>	<b>88</b>			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>18</b>	<b>18</b>			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>216</b>	<b>216</b>			

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками									
		Всего			<i>из них: в форме практической</i>		<i>из них: в форме</i>		<i>из них: в форме практической</i>	Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
<b>Модуль 1 (Курс 4 Семестр 7)</b>											



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего		<i>из них: в форме практической</i>		<i>из них: в форме</i>		<i>из них: в форме практической</i>	Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
<b>Раздел 1. Основы формирования и изучения общественного мнения</b>	<b>32</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 1.1. Предпосылки и условия формирования общественного мнения. Теории общественного мнения	16	7	9	3		6					
Тема 1.2. Предпосылки профессионального изучения общественного мнения	16	7	9	3		6					
<b>Раздел 2. Профессиональное изучение общественного мнения</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 2.1. Индустрия изучения общественного мнения	17	8	9	3		6					
Тема 2.2. Виды и функции исследований общественного мнения	16	7	9	3		6					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего		<i>из них: в форме практической</i>		<i>из них: в форме</i>		<i>из них: в форме практической</i>	Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
<b>Раздел 3.СМИ как канал распространения общественного мнения</b>	<b>32</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 3.1.Роль Сми в обеспечение социума информацией об общественном мнении	16	7	9	3		6					
Тема 3.2.Стереотипизация сознания под воздействием СМИ	16	7	9	3		6					
<b>Раздел 4.Изучение общественного мнения в сфере рекламы</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 4.1.Особенности изучения общественного мнения в сфере рекламы	17	8	9	3		6					
Тема 4.2.Использование индустриальных баз данных для изучения общественного мнения	16	7	9	3		6					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего		<i>из них: в форме практической</i>		<i>из них: в форме</i>		<i>из них: в форме практической</i>	Консультации / Иная
в сфере рекламы										
<b>Раздел 5.Связи с общественностьюкак средство формирования общественного мнения</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>				
Тема 5.1.Медиарилейшнз как инструмент формирования общественного мнения	17	8	9	3		6				
Тема 5.2.Использование индустриальных баз данных для планирования и оценки эффективности PR-деятельности	16	7	9	3		6				
<b>Раздел 6.Управление общественным мнением в политической сфере</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>			<b>2</b>	
	17	8	9	3		6				
Тема 6.1.Понятие и	16	7	9	3		6				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего		<i>из них: в форме практической</i>		<i>из них: в форме</i>		<i>из них: в форме практической</i>	Консультации / Иная
теории электорального поведения.  6.2 Оценочные установки общественного мнения и электоральное поведение										
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>18</b>									
<b>Форма промежуточной аттестации (указать)</b>	<b>экзамен</b>									
<b>Общий объем, часов</b>	<b>216</b>	<b>88</b>	<b>108</b>	<b>36</b>		<b>72</b>			<b>2</b>	

### 2.3 Содержание дисциплины (модуля)

## РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Понятие общественного мнения. Предвестники общественного мнения. Общинный образ жизни. Роль запретительно-разрешительных матриц в регулировании поведения членов родов в древности. Расширение матрицы мнений под воздействием новых социальных институтов. Дифференциация общества. Первые формы проявления общественного мнения. Капитализм как система индивидуализации мнений членов общества. Экономическое обособление. Политический выбор. Информационное многообразие. Индивидуализация общественного мнения. Теория общественного мнения Г.*

*Тарда. Теория общественного мнения Г. Лебона. Теория общественного мнения П. Сорокина. Феномен общественного мнения в работах У. Липмана. Подход к пониманию общественного мнения Н. Лумана. Двухступенчатая модель формирования общественного мнения п. Лазарсфельда. Исследование общественного мнения В. М. Хвостовым. Изучение общественного мнения Б. А. Грушиным. Взаимосвязь общественного мнения и социального настроения. Исследования общественного мнения Д.П. Гавра. Теория спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. Концепция общественного мнения Н. С. Мансурова. Модернизация как фактор востребованности мнений общества различными социальными институтами. Изучение общественного мнения государством. Изучение общественного мнения политическими силами и партиями. Востребованность общественного мнения со стороны массмедиа. Воссоздание основных характеристик социума посредством общественного мнения. Заинтересованность рекламодателей и специалистов по связям с общественностью в изучении общественного мнения. Плебисцит как тип выражения общественного мнения. Основные характеристики общественного мнения. Разработка алгоритма выборки как первый шаг к профессионализации изучения общественного мнения. Начало деятельности Института Гэллана.*

### **Тема 1.1. Предпосылки и условия формирования общественного мнения. Теории общественного мнения**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Понятие общественного мнения. Предвестники общественного мнения. Общинный образ жизни. Роль запретительно-разрешительных матриц в регулировании поведения членов родов. Расширение матрицы мнений под воздействием новых социальных институтов в XIX–XXв.в. Условия формирования общественного мнения. Дифференциация общества. Первые формы проявления общественного мнения. Капитализм как система индивидуализации мнений членов общества. Экономическое обособление. Политический выбор. Информационное многообразие. Индивидуализация общественного мнения.*

*Теория толпы и публики Г. Тарда. Теория общественного мнения Г. Лебона. Теория общественного мнения П. Сорокина. Феномен общественного мнения в работах У. Липмана. Подход к пониманию общественного мнения Н. Лумана. Двухступенчатая модель формирования общественного мнения п. Лазарсфельда. Исследование общественного мнения В. М. Хвостовым. Изучение общественного мнения Б. А. Грушиным. Взаимосвязь общественного мнения и социального настроения. Исследования общественного мнения Д.П. Гавра. Теория спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. Концепция общественного мнения Н. С. Мансурова.*

### **Тема 1.2. Предпосылки профессионального изучения общественного мнения**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Модернизация как фактор востребованности мнений общества различными социальными институтами. Изучение общественного мнения государством. Изучение общественного мнения политическими силами и партиями. Востребованность общественного мнения со стороны массмедиа. Воссоздание основных характеристик социума посредством общественного мнения. Заинтересованность рекламодателей и специалистов по связям с общественностью в изучении общественного мнения. Плебисцит как тип выражения общественного мнения. Основные характеристики общественного мнения. Субъект и объект общественного мнения. Структура общественного мнения. Функции общественного мнения. Этапы становления общественного мнения. Каналы*

распространения общественного мнения. Социальное пространство существования общественного мнения.

## **РАЗДЕЛ 2. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Разработка алгоритма выборки как первый шаг к профессиональному изучению общественного мнения. Начало деятельности Института Гэллэпа. Подписная модель как основа финансирования институтов и центров изучения общественного мнения. Инициативные и заказные исследования. Становление отрасли изучения мнений и предпочтений потребителей. Принципы работы Института Гэллэпа. Прогнозные возможности опросов общественного мнения. Факторы влияния на общественное мнение. Ограничения прогнозной функции опросов. Причины прогнозных ограничений. Роль методических факторов. Методологические ограничения. Роль СМИ в формировании общественного мнения. Организационные обстоятельства. Количественные исследования общественного мнения. Правила формирования выборки. Понятие репрезентативности выборки. Массовые опросы. Опросы face-to-face. Телефонные опросы. Онлайн опросы. Правила конструирования анкеты. Правила формулировки вопросов. Типы вопросов. Разработка вариантов ответов. Правила подбора и подготовки интервьюера. Инструктирование интервьюера. Обработка результатов. Интерпретация результатов опроса. Формы проведения опросов. Анкетирование и интервьюирование. Качественные исследования. Разновидности качественных исследований. Глубинное (фокусированное) интервью. Групповые интервью. Наблюдение. Фокус-группы. Открытые групповые дискуссии. Лабораторные исследования. Психолингвистические исследования. Контент-анализ. Тестирование рекламного сообщения. Центры изучения общественного мнения. Российские и зарубежные центры изучения общественного мнения.*

### **Тема 2.1. Индустрия изучения общественного мнения**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Подписная модель как основа финансирования институтов и центров изучения общественного мнения. Инициативные и заказные исследования. Становление отрасли изучения мнений и предпочтений потребителей. Принципы работы Института Гэллэпа. Прогнозные возможности опросов общественного мнения. Факторы влияния на общественное мнение. Ограничения прогнозной функции опросов. Причины прогнозных ограничений. Роль методических факторов. Методологические ограничения. Роль СМИ в формировании общественного мнения. Организационные обстоятельства.*

### **Тема 2.2. Виды и функции исследований общественного мнения**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Количественные исследования общественного мнения. Правила формирования выборки. Понятие репрезентативности выборки. Массовые опросы. Опросы face-to-face. Телефонные опросы. Онлайн опросы. Правила конструирования анкеты. Правила формулировки вопросов. Типы вопросов. Разработка вариантов ответов. Правила подбора и подготовки интервьюера. Инструктирование интервьюера. Обработка результатов. Интерпретация результатов опроса. Формы проведения опросов. Анкетирование и интервьюирование. Качественные исследования. Разновидности качественных*

исследований. Глубинное (фокусированное) интервью. Групповые интервью. Наблюдение. Фокус-группы. Открытые групповые дискуссии. Лабораторные исследования. Психолингвистические исследования. Контент-анализ. Тестирование рекламного сообщения. Центры изучения общественного мнения. Российские и зарубежные центры изучения общественного мнения.

### **РАЗДЕЛ 3. СМИ КАК КАНАЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

*Потребность общества в информационном обеспечении как основа деятельности массмедиа. Функции массмедиа. Характеристики массмедиа современного общества. Публикация данных опросов общественного мнения. Зондажи общественного мнения. Законы, регламентирующие публикацию результатов предвыборных исследований. Избирательность массмедиа в публикации результатов исследований общественного мнения. Регулирование смыслом, расположением, размером, длительностью, повторами. Правила публикации опросов. Роль каждого медиа в формировании общественного мнения. Фреймирование общественного мнения. Технология прайминга. Технология установления повестки дня. Индексация новостей. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в восприятии социальной действительности. Формирование поведения под воздействием стереотипов. Роль СМИ в формировании стереотипов сознания индивидов, социальных групп и сообществ. Групповое воздействие в процессе формирования общественного мнения. Влияние лидеров мнений. Дополнительные факторы воздействия. Усиление или ослабление воздействия. Закон предшествования или эффект первичности коммуникативного воздействия. Роль коммуникативной обстановки. Наличие альтернативных источников информации как фактор влияния. Апеллирование к обыденному опыту аудитории. Обращение к конкретным авторитетам. Воссоздание механизма обратной связи. Посткоммуникативные эффекты. Эффект подкрепления. Эффекты конверсии.*

#### **Тема 3.1. Роль Сми в обеспечение социума информацией об общественном мнении**

*Потребность общества в информационном обеспечении как основа деятельности массмедиа. Функции массмедиа. Характеристики массмедиа современного общества. Публикация данных опросов общественного мнения. Зондажи общественного мнения. Законы, регламентирующие публикацию результатов предвыборных исследований. Избирательность массмедиа в публикации результатов исследований общественного мнения. Регулирование смыслом, расположением, размером, длительностью, повторами. Правила публикации опросов. Роль каждого медиа в формировании общественного мнения. Фреймирование общественного мнения. Технология прайминга. Технология установления повестки дня. Индексация новостей.*

#### **Тема 3.2. Стереотипизация сознания под воздействием СМИ**

*Понятие стереотипа. Роль стереотипа в восприятии социальной действительности. Формирование поведения под воздействием стереотипов. Роль СМИ в формировании стереотипов сознания индивидов, социальных групп и сообществ. Групповое воздействие в процессе формирования общественного мнения. Влияние лидеров мнений. Дополнительные факторы воздействия. Усиление или ослабление воздействия. Закон предшествования или эффект первичности коммуникативного воздействия. Роль коммуникативной обстановки. Наличие альтернативных источников информации как*

фактор влияния. Апеллирование к обыденному опыту аудитории. Обращение к конкретным авторитетам. Воссоздание механизма обратной связи. Посткоммуникативные эффекты. Эффект подкрепления. Эффекты конверсии.

## **РАЗДЕЛ 4. ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Востребованность результатов изучения общественного мнения в сфере рекламы. Выяснение предпосылок для восприятия предлагаемого товара или услуги. Выяснение основных информационных параметров для размещения рекламы. Тестирование рекламных текстов и креатива. Факторы выбора конкретных рекламных каналов. Измерение посткоммуникационных эффектов. Оценка осведомленности о товарах и услугах и отношения к ним. Оценка эффективности каналов коммуникации. Оценка конвертации по воронке продаж. Прогнозирование результатов будущих рекламных кампаний на основе оценки эффективности действующих и прошедших.*

*Использование индустриальной базы данных Mediascope(ранее – TNSGallupMedia) в целях планирования рекламных эффектов и оценки эффективности рекламного воздействия. Возможности программы изучения потребительских предпочтений и поведения BrandPulse. Возможности базы данных TV-Index. Возможности базы данных RadioIndex. Возможности базы данных CrossWeb. Возможности базы данных NRS (прессе). Мониторинг рекламы на ТВ, радио, в прессе, интернете и наружной рекламе.*

### **Тема 4.1. Особенности изучения общественного мнения в сфере рекламы**

*Востребованность результатов изучения общественного мнения в сфере рекламы. Выяснение предпосылок для восприятия предлагаемого товара или услуги. Выяснение основных информационных параметров для размещения рекламы. Тестирование рекламных текстов и креатива. Факторы выбора конкретных рекламных каналов. Измерение посткоммуникационных эффектов. Оценка осведомленности о товарах и услугах и отношения к ним. Оценка эффективности каналов коммуникации. Оценка конвертации по воронке продаж. Прогнозирование результатов будущих рекламных кампаний на основе оценки эффективности действующих и прошедших.*

### **Тема 4.2. Использование индустриальных баз данных для изучения общественного мнения в сфере рекламы**

*Использование индустриальной базы данных Mediascope(ранее – TNSGallupMedia) в целях планирования рекламных эффектов и оценки эффективности рекламного воздействия. Возможности программы изучения потребительских предпочтений и поведения BrandPulse. Возможности базы данных TV-Index. Возможности базы данных RadioIndex. Возможности базы данных CrossWeb. Возможности базы данных NRS (прессе). Мониторинг рекламы на ТВ, радио, в прессе, интернете и наружной рекламе.*

## **РАЗДЕЛ 5. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

*Понятие медиарилейнз. Векторы развития медиарилейнз. Традиционные и новые виды медиарилейнз. Функции медиарилейнз. Объекты изучения медиарилейнз. Имидж*



*персоналий. Образ предприятия/организации. Основные составляющие медиарилейшнз. Принципы общения специалистов по СО с журналистами. Общие интересы PR-специалистов и журналистов и возможности для сотрудничества. Противоречия в работе PR-специалистов и журналистов и препятствия для сотрудничества. Способы взаимодействия PR-специалистов и журналистов. Выстраивание личных границ и соблюдение делового этикета. Виды мероприятий для журналистов в контексте медиарилейшнз. Пресс-конференция. Пресс-брифинг. Пресс-тур. Презентация. Интервью. Спецпроект. Особенности организации различных видов мероприятий по PR. Онлайн-инструменты медиарилейшнз. Особенности медиарилейшнз в онлайн среде. Особенности медиарилейшнз с блогерами. Преимущества и недостатки работы с блогерами.*

***Исследования Медиалогии. Показатели эффективности PR. Цитируемость инфоповодов и брендов в социальных сетях и СМИ. Оценка тональности сообщений. Оценка заметности сообщений. Оперативный мониторинг. Ситуативный мониторинг инфоповода. Постоянный мониторинг активности компании в СМИ. Анализ инфополя бренда. Показатели активности. Количество упоминаний в СМИ. Соотношение позитивных и негативных сообщений. Цитируемость спикеров. Присутствие в главной роли. Упоминание во влиятельных СМИ. Оценка эффективности медиарилейшнз. Медиаиндекс. Доля присутствия (SOV). Охват. Конкурентный анализ медиаактивности. Возможности БД BrandAnalytics.***

**Тема 5.1. Медиарилейшнз как инструмент формирования общественного мнения.**

*Понятие медиарилейшнз. Векторы развития медиарилейшнз. Традиционные и новые виды медиарилейшнз. Функции медиарилейшнз. Объекты изучения медиарилейшнз. Имидж персоналий. Образ предприятия/организации. Основные составляющие медиарилейшнз. Принципы общения специалистов по СО с журналистами. Общие интересы PR-специалистов и журналистов и возможности для сотрудничества. Противоречия в работе PR-специалистов и журналистов и препятствия для сотрудничества. Способы взаимодействия PR-специалистов и журналистов. Выстраивание личных границ и соблюдение делового этикета. Виды мероприятий для журналистов в контексте медиарилейшнз. Пресс-конференция. Пресс-брифинг. Пресс-тур. Презентация. Интервью. Спецпроект. Особенности организации различных видов мероприятий по PR. Онлайн-инструменты медиарилейшнз. Особенности медиарилейшнз в онлайн среде. Особенности медиарилейшнз с блогерами. Преимущества и недостатки работы с блогерами.*

**Тема 5.2. Использование индустриальных баз данных для планирования и оценки эффективности PR-деятельности**

***Исследования Медиалогии. Показатели эффективности PR. Цитируемость инфоповодов и брендов в социальных сетях и СМИ. Оценка тональности сообщений. Оценка заметности сообщений. Оперативный мониторинг. Ситуативный мониторинг инфоповода. Постоянный мониторинг активности компании в СМИ. Анализ инфополя бренда. Показатели активности. Количество упоминаний в СМИ. Соотношение позитивных и негативных сообщений. Цитируемость спикеров. Присутствие в главной роли. Упоминание во влиятельных СМИ. Оценка эффективности медиарилейшнз. Медиаиндекс. Доля присутствия (SOV). Охват. Конкурентный анализ медиаактивности. Возможности БД BrandAnalytics.***

## **РАЗДЕЛ 6. УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

## **Тема 6.1. Понятие и теории электорального поведения.**

*Понятие электорального поведения. Составляющие электорального поведения. Электоральное участие и электоральный абсентеизм. Выборы как акт электорального поведения. Исследования электорального поведения А. Зигфрида и Г. Тингстена. Теории электорального поведения. Концепции рационального выбора. Формула поведения рационального избирателя Э. Даунса. Концепция ретроспективного голосования М. Фиорина. Модель перспективного голосования Х. Химмельвейта. Социологическая модель электорального поведения. Социально-демографические факторы влияния на электоральную активность. Роль группы в принятии решения об участии в выборах. Социально-психологические теории. Теория авторитарной личности Т. Адорно. Двумерная модель Г. Айзенка. Мичиганская парадигма Р. Кана и А. Кэмпбелла. Пирамида причинности. Теория Дж. Клаппера. Мотивы электорального поведения Р. Роуза и М. Маккалестера. Теория одномерного человека Г. Маркузе.*

## **Тема 6.2. Оценочные установки общественного мнения и электоральное поведение**

*Взаимосвязь между установками в отношении работы государственных институтов и электоральной активностью/пассивностью. Факторы наибольшего влияния на электоральную активность/пассивность. Эффективность проводимой государством политики. Коррупционная составляющая. Соблюдение верховенства закона. Страны с высокой электоральной активностью. Страны, демонстрирующие электоральный абсентеизм. Страны промежуточной группы. Характерные модели электоральной активности для стран различных групп. Средние показатели электоральной активности. Дополнительные факторы, влияющие на электоральную активность. Общественное мнение в отношении основных государственных персон и институтов в России (президента, губернаторов, мер, парламента, министров и т. д.) Динамика изменения общественного мнения по важным для общества вопросам (реформы, эпидемии, кризисы, войны).*

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**Тема практического занятия: Основы формирования и изучения общественного мнения**

**Форма практического задания:** подготовка доклада.

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Тема практического занятия: Профессиональное изучение общественного мнения**

**Форма практического задания:** аналитическая записка.

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия: СМИ как канал распространения общественного мнения**

**Форма практического задания:** аналитическая записка.

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4**

**Тема практического занятия: Изучение общественного мнения в сфере рекламы**

**Форма практического задания:**аналитическая записка.

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5**

**Тема практического занятия:**Связи с общественностью как средство формирования общественного мнения

**Форма практического задания:**аналитическая записка.

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6**

**Тема практического занятия:**Управление общественным мнением в политической сфере

**Форма практического задания:**подготовка доклада.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1–6**

**Форма рубежного контроля** –контрольная работа.

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

### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Очной формы обучения*

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Модуль 1. (курс 4, семестр 7)</b>		
Раздел 1. Основы формирования и изучения общественного мнения	14	Подготовка реферата
Раздел 2. Профессиональное изучение общественного мнения	15	Подготовка отчета на основании данных вторичных исследований
Раздел 3. СМИ как канал распространения общественного мнения	14	Подготовка отчета на основе контент-анализа
Раздел 4. Изучение общественного мнения в	15	Подготовка аналитической записки

сфере рекламы		на основании данных Медиаскопа
Раздел 5. PR как средство формирования общественного мнения	15	Подготовка аналитической записки по результатам анализа данных Медиалогии
Раздел 6. Управление общественным мнением в политической сфере	15	Подготовка отчета на основании данных вторичных исследований
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>88</b>	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	<b>88</b>	

### 3.2 Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

**Форма практического задания:** подготовка реферата

На основании изученного материала подготовьте реферат на тему изучения общественного мнения учеными на протяжении XIX-XXв.в.

#### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

##### Основная литература:

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065>
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820>

##### Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215>

2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755>
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657>

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

**Форма практического задания:** подготовка отчета на основании данных вторичных исследований

На основании данных вторичных исследований одного из центра изучения общественного мнения подготовьте отчет на тему, посвященную изучению значимой для общества проблематики:

- Способы преодоления стресса
- Отношение мира к религии
- Изменение ценностных ориентаций в мире
- Изменение роли мировых валют
- Будущее наших детей
- Роль ИИ в будущем
- Эмиграционные настроения в России
- Будущее туризма
- Развитие зеленой энергетики в России и мире

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

#### **Основная литература:**

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 21.05.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215> (дата обращения: 22.05.2023).

2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755> (дата обращения: 22.05.2023).
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 22.05.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

**Форма практического задания:** подготовка отчета на основе данных контент-анализа

На основании данных контент-анализа публикаций в СМИ и социальных сетях подготовьте отчет на тему:

- Освещение темы СВО в российских и зарубежных источниках
- Освещение зеленой повестки в зарубежных и российских источниках
- Освещение темы традиционных ценностей на постсоветском пространстве
- Освещение темы русской культуры в странах Латинской Америки
- Освещение темы борьбы с бедностью в странах Европы и Африки

### **Основная литература:**

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 21.05.2023).

### **Дополнительная литература:**

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755> (дата обращения: 22.05.2023).

3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 22.05.2023).

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

**Форма практического задания:** подготовка аналитической записки на основании данных Медиаскопа

На основании данных Медиаскопа подготовьте аналитическую записку о медиапотреблении россиян в прошедшем году. Выберите аудиторию, медиа и программы и составьте рейтинг популярности по ним.

#### Основная литература:

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 21.05.2023).

#### Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755> (дата обращения: 22.05.2023).
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 22.05.2023).

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

**Форма практического задания:** подготовка аналитической записки на основании данных Медиалогии.

Выберите бренд и на основании данных Медиалогии подготовьте аналитическую записку об успешности ведения PR-деятельности указанной компании. Свои аргументы и выводы подкрепляйте количественными данными из программы.

#### **Основная литература:**

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 21.05.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755> (дата обращения: 22.05.2023).
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 22.05.2023).

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 6**

**Форма практического задания:** подготовка отчета на основании данных вторичных исследований

На основании данных одного из центров изучения общественного мнения проведите анализ электоральной активности одной из предвыборных кампаний.

#### **Основная литература:**

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство



Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 21.05.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755> (дата обращения: 22.05.2023).
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 22.05.2023).

### **3.3 Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

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

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и

актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц). При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

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

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

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При

включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины		Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Основы формирования и изучения общественного мнения	ОПК-5	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем заключаются причины возрастания роли общественного мнения в современном обществе?</li> <li>2. Сравните характеристики двух социальных групп – толпы и публики?</li> <li>3. Какие факторы определяют возрастание роли общественного мнения в демократическом обществе?</li> <li>4. Сравните основные положения теории общественного мнения Г. Тарда и Г. Лебона, выделив совпадения позиций ученых и их различия.</li> <li>5. Какой феномен общественного мнения открыл У. Липман?</li> <li>6. Каково основное понятие в концепции общественного мнения Н. Лумана. Из каких элементов оно состоит?</li> <li>7. В чем заключается двухступенчатость модели общественного мнения П. Лазарсфельда?</li> <li>8. Общественное мнение какого субъекта изучал Б.А. Грушин в процессе своих исследований?</li> <li>9. В чем суть теории спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. Почему</li> </ol>

				критикуют эту теорию? 10. Почему капитализм способствовал развитию общественного мнения?
2.	Раздел 2. Профессиональное изучение общественного мнения	УК-9	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какое открытие/изобретение послужило толчком для профессионализации сферы исследований общественного мнения?</li> <li>2. Какая экономическая модель была положена в основу деятельности Института Гэллапа? Используется ли она сегодня?</li> <li>3. Каковы основные принципы работы Института Гэллапа?</li> <li>4. Какие социальные институты были заинтересованы в получении информации об общественном мнении?</li> <li>5. В чем ограничение прогнозной функции опросов общественного мнения и как его преодолевают социологи?</li> <li>6. Перечислите виды количественных исследований и кратко опишите их.</li> <li>7. Объясните основные правила расчета выборки.</li> <li>8. Перечислите виды качественных исследований. Кратко объясните, для каких целей используется каждое из них.</li> <li>9. Какие центры изучения общественного мнения существуют в России? Перечислите не менее пяти.</li> </ol>
3.	Раздел 3. СМИ как канал распространения общественного мнения	ОПК-5	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. На какой потребности человека базируется деятельность массмедиа в современном обществе?</li> <li>2. Каковы основные функции массмедиа?</li> <li>3. В чем проявляется избирательность массмедиа в публикации результатов общественного мнения? Объясните на примере разных медиа.</li> <li>4. Как происходит фреймирование общественного сознания?</li> <li>5. В чем суть технологии прайминга?</li> <li>6. Для чего используется индексация новостей?</li> <li>7. Какова роль СМИ в формировании стереотипов общественного сознания?</li> <li>8. Как используется СМИ эффект первичности коммуникативного воздействия?</li> </ol>

				<p>9. Какие дополнительные факторы влияют на общественное мнение?</p> <p>10. В чем заключаются постэффекты коммуникации?</p>
4.	Раздел 4. Изучение общественного мнения в сфере рекламы	УК-9	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Для чего востребовано изучение общественного мнения в сфере рекламы?</li> <li>2. Какие методы изучения общественного мнения используются в рекламе?</li> <li>3. Можно ли прогнозировать результаты будущих рекламных кампаний на основе данных прошедших?</li> <li>4. Какие методы изучения общественного мнения используют для тестирования рекламы?</li> <li>5. Какие индикаторы служат для измерения посткоммуникационных эффектов рекламы?</li> <li>6. Какие базы данных включают Медиаскоп и каковы их возможности?</li> </ol>
5.	Раздел 5. PR как средство формирования общественного мнения	ОПК-5	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое медиарилейшнз? Как эта деятельность связана с общественным мнением?</li> <li>2. Каковы основные векторы развития медиарилейшнз в современном обществе? Какие новые формы медиарилейшнз появились?</li> <li>3. Каковы основные функции медиарилейшнз?</li> <li>4. В чем заключается общность и противоречивость взаимодействия специалистов по связям с общественностью и журналистов? Перечислите и объясните.</li> <li>5. Каковы основные виды мероприятий, с помощью которых реализуется PR-политика организации?</li> <li>6. Напишите, в чем отличие пресс-конференции от брифинга?</li> <li>7. В чем отличие презентации от пресс-конференции?</li> <li>8. В чем суть метода пресс-тур?</li> <li>9. Каких принципов нужно придерживаться специалистам по PR при организации PR-мероприятий?</li> </ol>



				10. В чем заключаются особенности медиарилейшнз в онлайн среде?
6.	Раздел 6. Управление общественным мнением в политической сфере	ОПК-5	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение электорального поведения и перечислите его составляющие.</li> <li>2. В чем заключается феномен электорального абсентеизма?</li> <li>3. Каким странам свойственен высокий уровень электорального абсентеизма, а каким – наоборот, - высокий уровень электорального участия? С чем это связано? К какой группе стран относится Россия? Почему?</li> <li>4. В чем заключается концепция рационального выбора в теории электорального поведения?</li> <li>5. На чем построена концепция ретроспективного голосования М. Фиорина.</li> <li>6. Сравните основные положения теории ретроспективного голосования М. Фиорина и теории перспективного голосования Х. Химмельвейта, выделив их общие положения и отличительные.</li> <li>7. На чем основана социологическая модель электорального поведения? В чем ее ограничения?</li> <li>8. Какова основная идея социально-психологических моделей электорального поведения?</li> <li>9. В чем суть мичиганской парадигмы Р. Кана и А. Кэмпбелла. Объясните понятие «пирамида причинности».</li> <li>10. Каковы мотивы электорального поведения Р. Роуза и М. Маккалестера?</li> </ol>

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

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

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие общественного мнения. Предвестники общественного мнения.</li> <li>2. Общинный образ жизни. Роль запретительно-разрешительных матриц в регулировании поведения членов родов.</li> <li>3. Условия формирования общественного мнения. Первые формы проявления общественного мнения.</li> <li>4. Капитализм как система индивидуализации мнений членов общества.</li> <li>5. Теория толпы и публики Г. Тарда.</li> <li>6. Теория общественного мнения Г. Лебона.</li> <li>7. Теория общественного мнения П. Сорокина.</li> <li>8. Феномен общественного мнения в работах У. Липмана.</li> <li>9. Подход к пониманию общественного мнения Н. Лумана.</li> <li>10. Двухступенчатая модель формирования общественного мнения п. Лазарсфельда.</li> <li>11. Исследование общественного мнения В. М. Хвостовым.</li> <li>12. Изучение общественного мнения Б. А. Грушиным.</li> <li>13. Исследования общественного мнения Д.П. Гавра.</li> <li>14. Теория спирали молчания Э. Ноэль-Нойман.</li> <li>15. Концепция общественного мнения Н. С. Мансурова.</li> </ol>
УК-9, ОПК-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. <b>Разработка алгоритма выборки. Начало формирования рынка профессиональных услуг по исследованию общественного мнения.</b></li> <li>17. <b>Начало деятельности Института Гэллапа. Принципы работы Института Гэллапа.</b></li> <li>18. <b>Подписная модель как основа финансирования институтов и центров изучения общественного мнения.</b></li> <li>19. <b>Становление отрасли изучения мнений и предпочтений потребителей.</b></li> <li>20. <b>Прогнозные возможности опросов общественного мнения. Ограничения прогнозной функции опросов. Причины прогнозных ограничений.</b></li> <li>21. <b>Количественные исследования общественного мнения. Правила формирования выборки. Понятие репрезентативности выборки.</b></li> <li>22. <b>Массовые опросы. Опросы face-to-face. Телефонные опросы. Онлайн опросы.</b></li> <li>23. <b>Правила конструирования анкеты и разработки вопросы и вариантов ответов. Типы вопросов.</b></li> <li>24. <b>Правила подбора и подготовки интервьюера. Инструктирование интервьюера.</b></li> <li>25. <b>Обработка результатов.</b></li> </ol>

	<p>26. Интерпретация результатов опроса.</p> <p>27. Формы проведения опросов. Анкетирование и интервьюирование.</p> <p>28. Качественные исследования. Разновидности качественных исследований.</p> <p>29. Глубинное (фокусированное) интервью. Групповые интервью. Открытые групповые дискуссии.</p> <p>30. Наблюдение. Фокус-группы. Контент-анализ.</p> <p>31. Лабораторные исследования. Психолингвистические исследования. Тестирование рекламного сообщения.</p> <p>32. Центры изучения общественного мнения. Российские и зарубежные центры изучения общественного мнения.</p>
ОПК-5	<p>33. Потребность общества в информационном обеспечении как основа деятельности массмедиа. Функции массмедиа. Характеристики массмедиа современного общества.</p> <p>34. Публикация данных опросов общественного мнения. Зондажи общественного мнения. Законы, регламентирующие публикацию результатов предвыборных исследований. Правила публикации опросов.</p> <p>35. Избирательность массмедиа в публикации результатов исследований общественного мнения. Регулирование смыслом, расположением, размером, длительностью, повторами.</p> <p>36. Роль каждого медиа в формировании общественного мнения. Фреймирование общественного мнения.</p> <p>37. Технология прайминга. Технология установления повестки дня. Индексация новостей.</p> <p>38. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в восприятии социальной действительности. Формирование поведения под воздействием стереотипов.</p> <p>39. Роль СМИ в формировании стереотипов сознания индивидов, социальных групп и сообществ.</p> <p>40. Групповое воздействие в процессе формирования общественного мнения. Влияние лидеров мнений.</p> <p>41. Закон предшествования или эффект первичности коммуникативного воздействия.</p> <p>42. Роль коммуникативной обстановки. Наличие альтернативных источников информации как фактор влияния.</p> <p>43. Дополнительные факторы влияния на общественное мнение.</p> <p>44. Посткоммуникативные эффекты.</p>
УК-9, ОПК-5	<p>45. Востребованность результатов изучения общественного мнения в сфере рекламы.</p> <p>46. Измерение посткоммуникационных эффектов.</p> <p>47. Прогнозирование результатов будущих рекламных кампаний.</p> <p>48. Использование индустриальной базы данных Mediascope (ранее – TNS Gallup Media). Возможности программных пакетов Mediascope (ранее – TNS Gallup Media).</p> <p>49. Понятие медиарилейшнз. Векторы развития медиарилейшнз. Традиционные и новые виды медиарилейшнз.</p> <p>50. Функции медиарилейшнз. Объекты изучения медиарилейшнз.</p>

	<p><b>51. Основные составляющие медиарилейшнз.</b></p> <p><b>52. Принципы общения специалистов по СО с журналистами. Общие интересы и противоречия в работе PR-специалистов и журналистов.</b></p> <p><b>53. Способы взаимодействия PR-специалистов и журналистов. Выстраивание личных границ и соблюдение делового этикета.</b></p> <p><b>54. Виды мероприятий для журналистов в контексте медиарилейшнз.</b></p> <p><b>55. Пресс-конференция. Пресс-брифинг. Пресс-тур. Презентация.</b></p> <p><b>56. Интервью. Спецпроект. Особенности организации различных видов мероприятий по PR.</b></p> <p><b>57. Онлайн-инструменты медиарилейшнз. Особенности медиарилейшнз в онлайн среде.</b></p> <p><b>58. Особенности медиарилейшнз с блогерами. Преимущества и недостатки работы с блогерами.</b></p> <p><b>59. Исследования Медиалогии, возможности базы данных, формы отчетов, медиа статистики.</b></p>
УК-9, ОПК-5	<p>60. Понятие электорального поведения. Составляющие электорального поведения.</p> <p>61. Электоральное участие и электоральный абсентеизм. Выборы как акт электорального поведения.</p> <p>62. Исследования электорального поведения А. Зигфрида и Г. Тингстена.</p> <p>63. Теории электорального поведения. Концепции рационального выбора.</p> <p>64. Формула поведения рационального избирателя Э. Даунса.</p> <p>65. Концепция ретроспективного голосования М. Фиорина.</p> <p>66. Модель перспективного голосования Х. Химмельвейта.</p> <p>67. Социологическая модель электорального поведения.</p> <p>68. Социально-психологические теории.</p> <p>69. Теория авторитарной личности Т. Адорно.</p> <p>70. Двумерная модель Г. Айзенка.</p> <p>71. Мичиганская парадигма Р. Кана и А. Кэмпбелла. Пирамида причинности.</p> <p>72. Теория Дж. Клаппера.</p> <p>73. Мотивы электорального поведения Р. Роуза и М. Маккалестера.</p> <p>74. Теория одномерного человека Г. Маркузе.</p> <p>75. Взаимосвязь между установками в отношении работы государственных институтов и электоральной активностью/пассивностью. Факторы наибольшего влияния на электоральную активность/пассивность.</p> <p>76. Страны с высокой электоральной активностью, демонстрирующие электоральный абсентеизм. Страны промежуточной группы. Характерные модели электоральной активности для стран различных групп. Средние показатели электоральной активности.</p> <p>77. Дополнительные факторы, влияющие на электоральную активность.</p> <p><b>78. Общественное мнение в отношении основных государственных персон и институтов в России. Динамика</b></p>

	изменения общественного мнения по важным для общества вопросам.
--	---

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 21.05.2023).

#### 5.1.2. Дополнительная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11664-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515215> (дата обращения: 22.05.2023).
2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00063-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509755> (дата обращения: 22.05.2023).
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 22.05.2023).

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная	Крупнейший российский информационно-	<a href="http://">http://</a>

	библиотека eLIBRARY.ru	аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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 практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

## **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

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

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

1. MicrosoftOffice (Word, Excel, Power Point) и др.

### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

<b>№ №</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>



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

Для изучения дисциплины (модуля)используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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).

## 5.6 Образовательные технологии

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

Освоение дисциплины (модуля)предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, решения кейс-задач, психологических тренингов в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

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

В рамках дисциплины (модуля)предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью/специализацией* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.	*		



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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

\_\_\_\_\_ /Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**«КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»**

**Направление подготовки**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**

**«Коммуникационный менеджмент  
и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**

*Очная*

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины «Коммуникационные исследования» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда» (далее – ОПОП).

Рабочая программа дисциплины «Коммуникационные исследования» разработана рабочей группой в составе: Чардымский М.Г., к.э.н., доц., Гундарин М.В., к.ф.н., доц.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от 28 февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор

А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Коммуникационные исследования» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методике исследования коммуникаций с последующим их применением в профессиональной сфере, а также практических умений и навыков в рамках организационно-управленческой деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. Знать виды, процесс и методы коммуникационных исследований.
2. Уметь подбирать и применять оптимальные методы исследований в зависимости от изучаемых средств рекламы, связей с общественностью, стимулирующих мероприятий, брендов и иных коммуникаций.
3. Приобрести навыки тестирования рекламных и PR-обращений.
4. Овладеть навыками исследования маркетинговых онлайн-коммуникаций и оценки качества коммуникации брендов в социальных сетях.

### 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения дисциплины «Коммуникационные исследования» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1; ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенции	Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации  УК-1.2. Применяет системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> методы критического анализа, синтеза информации и системный подход для решения поставленных задач <b>Уметь:</b> осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач



	<p>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p><b>Знать:</b>  совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>Уметь:</b>  учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>
--	---	--	---

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины «Коммуникационные исследования» составляет 6 зачетных единиц.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	110	110

Лекционные занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	72	72
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Лабораторные занятия		
из них: в форме практической подготовки		
Консультации / Иная контактная работа	2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	88	88
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации		Экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Семестр ____</b>											
<b>Раздел 1.</b>											
<b>Виды и процесс коммуникационных исследований</b>	33	15	18	6			12				
Тема 1.1. Сфера применения и виды коммуникационных исследований	22	10	12	4			8				
Тема 1.2. Процесскоммуникационного исследования	11	5	6	2			4				
<b>Раздел 2.</b>	33	15	18	6			12				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
Информация в сфере коммуникаций										
Тема 2.1. Виды и источники информации в сфере коммуникаций	22	10	12	4		8				
Тема 2.2. Медиапотребление	11	5	6	2		4				
<b>Раздел 3.</b> <b>Методы коммуникационных исследований</b>	33	15	18	6		12				
Тема 3.1. Количественные и качественные методы	22	10	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
исследования коммуникаций										
Тема 3.2. Смешанные методы и методы онлайн-исследования коммуникаций	11	5	6	2		4				
<b>Раздел 4.</b> <b>Прикладные методы исследования коммуникаций</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>				
Тема 4.1. Тестирование как метод исследования коммуникаций	22	10	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
Тема 4.2. Исследования коммуникаций по модели профессора Д. Шевченко	11	5	6	2		4					
<b>Раздел 5.</b> <b>Исследования ATL- и BTL-коммуникаций</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 5.1. Исследования коммуникаций ATL	22	10	12	4		8					
Тема 5.2. Исследования коммуникаций BTL	11	5	6	2		4					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Раздел 6.</b> <b>Исследования связей с общественностью и брендов</b>	<b>33</b>	<b>13</b>	<b>20</b>	<b>6</b>			<b>12</b>				<b>2</b>
Тема 6.1. Исследования PR	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>4</b>			<b>8</b>				
Тема 6.2. Оценка лояльности потребителей к бренду и качества коммуникации бренда в социальных сетях	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>2</b>			<b>4</b>				
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>18</b>										

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная работа	из них: в форме практической подготовки
Форма промежуточной аттестации	Экзамен										
Общий объем, часов	216	88	110	36		72				2	

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. ВИДЫ И ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

##### Тема 1.1. Сфера применения и виды коммуникационных исследований

*Перечень изучаемых элементов содержания*

##### Тема 1.2. Процесс коммуникационного исследования

*Перечень изучаемых элементов содержания*



## **Задания к практическим занятиям раздела 1.**

**Тема практического занятия 1.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

## **Рубежный контроль к разделу 1.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 2. ИНФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ**

**Тема 2.1. Виды и источники информации в сфере коммуникаций**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 2.2. Медиапотребление**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

## **Задания к практическим занятиям раздела 2.**

**Тема практического занятия 2.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:** \_\_\_\_

**Тема практического занятия2.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

### **Рубежный контроль к разделу 2.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 3. МЕТОДЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

**Тема 3.1. Количественные и качественные методы исследования коммуникаций**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 3.2. Смешанные методы и методы онлайн-исследования коммуникаций**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

### **Заданияк практическим занятиям раздела 3.**

**Тема практического занятия3.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:** \_\_\_\_

**Тема практического занятия3.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 3.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 4. ПРИКЛАДНЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ**

**Тема 4.1. Тестирование как метод исследования коммуникаций**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 4.2. Исследования коммуникаций по модели профессора Д. Шевченко**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 4.**

**Тема практического занятия 4.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 4.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 4.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 5. ИССЛЕДОВАНИЯ ATL- И VTL-КОММУНИКАЦИЙ**

### **Тема 5.1. Исследования коммуникаций ATL**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

### **Тема 5.2. Исследования коммуникаций VTL**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

### **Задания к практическим занятиям раздела 5.**

**Тема практического занятия 5.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 5.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

### **Рубежный контроль к разделу 5.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 6. ИССЛЕДОВАНИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И БРЕНДОВ**

### **Тема 6.1. Исследования PR**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

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

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 6.**

**Тема практического занятия 6.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 6.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 6.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

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

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

**Очная форма обучения**

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Семестр 7</b>		
Раздел 1.	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение

Виды и процесс коммуникационных исследований		задания рубежного контроля
Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 3. Методы коммуникационных исследований	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 4. Прикладные методы исследования коммуникаций	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 5. Исследования АТЛ-и ВТЛ-коммуникаций	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 6. Исследования связей с общественностью и брендов	13	
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	88	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	88	

### 3.2. Задания для самостоятельной работы

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**

#### **Тема(вид задания) к Разделу 1:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1:**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.
2. Оганян К.М. Методология и методы социологического исследования: Учебник для вузов. 3-е изд., испр. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 299 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490694>.
3. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

#### **Тема(вид задания) к Разделу 2:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2:**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.
2. Оганян К.М. Методология и методы социологического исследования: Учебник для вузов. 3-е изд., испр. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 299 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490694>.
3. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**



### **Тема(вид задания) к Разделу 3:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3:**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.
2. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.
3. Кольшклина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В. Анализ рекламного текста: Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2023. 305 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/519840>.

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4:**

### **Тема(вид задания) к Разделу 4:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4:**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.
2. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.
3. Кольшклина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В. Анализ рекламного текста: Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2023. 305 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/519840>.

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 5.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5:**

### **Тема(вид задания) к Разделу 5:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5:**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.

2. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

3. Кольшикина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В. Анализ рекламного текста: Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2023. 305 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/519840>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 6.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6:**

### **Тема(вид задания) к Разделу 6:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6:**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.

2. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

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

Освоение обучающимися основной профессиональной образовательной программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

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

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

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

Самостоятельная работа по дисциплине «Коммуникационные исследования» предполагает более глубокое изучение вопросов, входящих в учебно-тематический план, освоение дополнительных вопросов по тематике дисциплины и выполнение заданий рубежного контроля вне аудиторных занятий. Задания рубежного контроля представляют собой

практические задания различных форм: исследовательская работа, творческое задание, организационно-управленческая работа, проект и др.

Варианты рубежного контроля (при их наличии) и срок выполнения назначаются преподавателем. Ответ к заданию рубежного контроля печатается на компьютере или мобильном устройстве и размещается в электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Задание рубежного контроля предоставляется на проверку в файле формата doc или docx.

Титульный лист оформляется по образцу. Ответ к заданию начинается на странице 2.

В зависимости от вида задания ответ формулируется деловым или научным языком, избегая грамматических и стилистических ошибок, а также сокращений. Допускаются только общепринятые сокращения единиц измерения, валют и т.п.

Основной тип шрифта в тексте ответа - TimesNewRoman, размер шрифта - 14 пунктов, междустрочный интервал - полуторный. В таблицах используется тот же тип шрифта размером 10 - 12 пунктов, междустрочный интервал - одинарный.

Текст ответа выравнивается по ширине. Заголовки выравниваются по центру и выделяются полужирным шрифтом.

Поля по краям страницы: сверху - 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа - 1,5 см. Номера страниц ставятся, начиная с стр. 2 в нижнем колонтитуле по правому краю. Титульный лист считается первой страницей документа. Номер на нем не ставится.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Коммуникационные исследования» является экзамен, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые

баллов	решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Виды и процесс коммуникационных исследований			
2.	Раздел 2. Информация в сфере коммуникаций			
3.	Раздел 3. Методы коммуникационных исследований			
4.	Раздел 4. Прикладные методы исследования коммуникации			



	<b>ций</b>			
5.	<b>Раздел 5.</b> Исследования ATL-и BTL-коммуникаций			
6.	<b>Раздел 6.</b> Исследования связей с общественностью и брендов			

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

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

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Вопросы /задания</b>
УК-1	
ОПК-5	

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/488325>.

2. Оганян К.М. Методология и методы социологического исследования: Учебник для вузов. 3-е изд., испр. И доп. Москва: Юрайт, 2022. 299 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490694>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

2. Кольшикина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В. Анализ рекламного текста: Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2023. 305 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/519840>.

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

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	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> 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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 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	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

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

Освоение обучающимся дисциплины «Коммуникационные исследования» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинарских и практических занятий.

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 студент 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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

## 5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

### 5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;
2. средства доступа в Интернет;
3. проектор.

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

1. операционная система Astra Linux SE;
2. пакет офисных программ LibreOffice;
3. справочная система Консультант+;
4. Okular или Acrobat Reader DC;
5. Ark или 7-zip;
6. UserGate;
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, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>

5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>
----	--------------------------------------	--	---

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

Для изучения дисциплины 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 «Коммуникационные исследования» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, рассмотрение конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках данной дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направлением подготовки реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**И.о. декана факультета политических и  
социальных технологий**

**/Пивнева С.В./**

**28.03. 2023 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

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

**Направленность (профиль)  
«Коммуникативный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная**

Москва 2023

**СОДЕРЖАНИЕ**



<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27
5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Антикризисные 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Антикризисные коммуникации**» разработана рабочей группой в составе: Полунина О.С., к.и.н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»



Н.Н. Терещенко

Директор по региональной рекламе

(подпись)

ORTA Communications Group



Генеральный директор

А.В. Сафронов

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических приемов антикризисных коммуникаций, как важного элемента процесса рекламы и связи с общественностью.

Задачи дисциплины:

1. знакомство с современными стратегиями и тактиками антикризисных коммуникаций;
2. знакомство с многообразий форм и методов антикризисных коммуникаций;
3. овладение эффективными способами осуществления антикризисных коммуникаций;
4. выработка умений и работ по планированию, организации и проведению мероприятий в рамках антикризисных коммуникаций.

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ПК-3; в соответствии с учебным планом.

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

<b>Категория компетенций (при наличии)</b>	<b>Код компетенции и Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира,	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем  Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов

	исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Владеть: навыками организации коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать маркетинговые коммуникаций разных типов Уметь планировать и осуществлять маркетинговые коммуникаций разных типов Владеть навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультация		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего								
<b>Модуль 1 (семестр 8)</b>											
<b>Раздел 1. Основы антикризисных коммуникаций</b>	<b>33</b>	<b>15</b>		<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 1.1. Основные понятия. Цели. Задачи				4		6					
Тема 1.2 Классификация кризисов				2		6					
<b>Раздел 2. Алгоритм работы в кризисной ситуации</b>	<b>33</b>	<b>15</b>		<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 2.1. Золотой стандарт антикризисных коммуникаций				4		6					
Тема 2.2. Антикризисные стратегии				2		6					
<b>Раздел 3. Устранение последствий кризисной ситуации</b>	<b>33</b>	<b>15</b>		<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 3.1 Антикризисная команда				2		6					
Тема 3.2 Работа со СМИ				4		6					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего							
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Общий объем, часов	108	45	18							

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1.

*Цель: изучить основные понятия антикризисного управления*

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «Кризис». Кризис в ПР. Причины возникновения кризисов. Положительные и отрицательные аспекты кризисных ситуаций. Стадии процесса кризиса. Классификация кризисов. Цветовая шкала кризисов. Сущность и сфера применения антикризисного менеджмента. Понятие «антикризисная коммуникация». Цели, задачи и функции антикризисных коммуникаций как инструмента антикризисного менеджмента. Основные средства коммуникаций в кризисных ситуациях. Установление партнерских отношений компании со СМИ.

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

##### Форма практического задания: решение кейса

Распределите предложенные кризисные ситуации по уровням цветовой шкалы кризиса, обоснуйте свое решение. Приведите три примера кризисных ситуаций с описанием коммуникационного сопровождения.

(см приложение)

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

##### Форма рубежного контроля: решение кейса

Ваша фирма получила под застройку участок, на котором жители окрестных домов гуляли с детьми. Организована петиция против застройки. На общественных слушаниях местные жители

написали заявления «против». Так же выяснилось, что изменения в генплан были внесены без уведомления жителей. Известный ютубер снял сюжет, ролик набрал более 1 млн просмотров. Какие коммуникационные действия вам необходимо предпринять, чтобы избежать дальнейшего конфликта с населением? Составьте карту затронутых целевых аудиторий. Определите цели коммуникаций с каждой из аудиторий. Опишите ожидаемый результат по каждой аудитории.

## **РАЗДЕЛ 2.**

*Цель: изучить стратегии компаний в кризисных ситуациях*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Золотой стандарт антикризисных коммуникаций. Правило «Тайленола». Алгоритм работы антикризисной команды в кризисной ситуации. Процесс разработки и содержание антикризисного плана компании. Виды и критерии выбора антикризисных стратегий. Стратегии поведения компании в кризисных ситуациях. Стратегии защиты деловой репутации компании. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания:**

Изучите 10 официальных заявлений разных компаний. Выделите и опишите общее и особенное в структуре заявлений.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма рубежного контроля**

Напишите официальное заявление компании по поводу сложившейся кризисной ситуации.

## **РАЗДЕЛ 3.**

*Цель: изучить алгоритм поведения компании в кризисной ситуации.*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

«Белый» и «Черный» PR в СМИ для разрешения кризисных ситуаций. Устранение последствий негативного освещения кризиса в СМИ. Корпоративный сайт как средство антикризисных коммуникаций. Антикризисные коммуникации компании через информационные и тематические сайты. Антикризисные коммуникации компании в социальных сетях и блогах. Принципы управления кризисами. Состав и задачи антикризисной команды.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

### **Форма практического задания:**

Изучите предложенный кейс. Ответьте на вопросы.  
(задание прилагается)

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

### **Форма рубежного контроля**

Атака компьютерного вируса Petya, обрушившаяся на инфраструктуру «Инвитро» в конце июня, стала серьезным вызовом для компании. Кибератака затронула все лабораторные комплексы, из-за чего медицинские офисы были вынуждены временно приостанавливать работу.

Спланируйте антикризисные коммуникации в данной ситуации.



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

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

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 8)</b>		
Раздел 1. Основы антикризисных коммуникаций	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Алгоритм работы в кризисной ситуации	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Устранение последствий кризисной ситуации	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

#### 3.2. Задания для самостоятельной работы

##### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

##### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Назовите известные вам определения кризисов
2. Назовите основные причины возникновения кризисных ситуаций
3. Составьте классификацию кризисов

##### Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

1. Составьте перечень типичных ошибок кризисных коммуникаций

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00539-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511054> (дата обращения: 10.03.2023).

Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512864> (дата обращения: 10.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

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

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

1. Разработайте антикризисную компанию, согласно правилу Тайленола.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00539-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511054> (дата обращения: 10.03.2023).

Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512864> (дата обращения: 10.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

1. Антикризисные коммуникации компании в социальных сетях и блогах.
2. Принципы управления кризисами.
3. Состав и задачи антикризисной команды.

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

1. Разработайте структуру антикризисного штаба и протокол информационной деятельности этого штаба

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00539-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511054> (дата обращения: 10.03.2023).

Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512864> (дата обращения: 10.03.2023).

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### ***Требования к структуре реферата (доклада):***

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

Основные требования к оформлению:

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «TimesNewRoman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются

цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1.	ОПК-5	Контрольная работа	<p>Понятие «Кризис». Кризис в ПР. Причины возникновения кризисов. Положительные и отрицательные аспекты кризисных ситуаций. Стадии процесса кризиса. Классификация кризисов. Цветовая шкала кризисов. Сущность и сфера применения антикризисного менеджмента. Понятие «антикризисная коммуникация». Цели, задачи и функции антикризисных коммуникаций как инструмента антикризисного менеджмента. Основные средства коммуникаций в кризисных ситуациях. Установление партнерских отношений компании со СМИ.</p>
2.	Раздел 2.	ПК-3	Контрольная работа	<p>Золотой стандарт антикризисных коммуникаций. Правило «Тайленола». Алгоритм работы антикризисной команды в кризисной ситуации. Процесс разработки и содержание антикризисного плана компании. Виды и критерии выбора антикризисных стратегий. Стратегии поведения компании в кризисных ситуациях. Стратегии защиты деловой репутации компании. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.</p>
3	Раздел 3.		Контроль	<p>«Белый» и «Черный» PR в СМИ для разрешения кризисных ситуаций. Устранение последствий негативного освещения кризиса в СМИ. Корпоративный</p>



		ОПК-5, ПК-3	льная работа	сайт как средство антикризисных коммуникаций. Антикризисные коммуникации компании через информационные и тематические сайты. Антикризисные коммуникации компании в социальных сетях и блогах. Принципы управления кризисами. Состав и задачи антикризисной команды.
--	--	----------------	-----------------	---

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

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

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	Назовите известные вам определения кризисов Назовите основные причины возникновения кризисных ситуаций Составьте классификацию кризисов Составьте перечень типичных ошибок кризисных коммуникаций Виды и критерии выбора антикризисных стратегий. Стратегии поведения компании в кризисных ситуациях. Стратегии защиты деловой репутации компании. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.
ПК-3	Разработайте антикризисную компанию, согласно правилу Тайленола. Антикризисные коммуникации компании в социальных сетях и блогах. Принципы управления кризисами. Состав и задачи антикризисной команды. Разработайте структуру антикризисного штаба и протокол информационной деятельности этого штаба

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00539-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511054> (дата обращения: 10.03.2023).

Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514234> (дата обращения: 10.03.2023).

#### 5.1.2. Дополнительная литература

Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512864> (дата обращения: 10.03.2023).

Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518901> (дата обращения: 10.03.2023).

Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519872> (дата обращения: 10.03.2023).

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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 дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

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

### 5.4.1. Средства информационных технологий

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

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

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

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями (указать какими, например, таблицы «Основная грамматика английского языка»), экранно-звуковыми средствами обучения (указать какими, например, CD «Разговорный английский»), демонстрационными материалами (указать какими, например, комплект демонстрационных материалов (фолий) «Страноведение. США»), видеофильмами DVD (указать какими).

**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 (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			



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

УТВЕРЖДАЮ  
и.о. декана факультета  
Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 февраля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ**  
**КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ**

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

**Направленность**  
**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА**  
**БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
**ОЧНАЯ**

Москва 2023



## СОДЕРЖАНИЕ


<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>7</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
<b>2.3. Содержание дисциплины (модуля)</b> .....	<b>9</b>
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>17</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	17
<b>3.2. Задания для самостоятельной работы</b> .....	<b>18</b>
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	21
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	23
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	23

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	24
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	26
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	26
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	29
.....	29
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>29</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	30
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	31
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	32
5.4.1. Средства информационных технологий.....	32
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	32
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	32
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	32
5.6. Образовательные технологии.....	33
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>34</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Организация и проведение коммуникационных кампаний**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Маркетинговые коммуникации), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.07.17 г. № 529, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Маркетинговые коммуникации) (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Организация и проведение коммуникационных кампаний**» разработана рабочей группой в составе: Щетинина Н.Н. к.п.н., доц., Полунина О.С., к.и.н., доц.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалитметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
 Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой Д.э.н., профессор		Д.А. Шевченко
	(подпись)	

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»  
Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup  
Генеральный директор



А.В. Сафронов

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор Дипломатическая Академия МИД РФ		Е.Н. Пашенцев
	(подпись)	

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

**Целью** освоения дисциплины(модуля) **«Организация и проведение коммуникационных кампаний»** является формирование у студентов представления о сущности комплексных коммуникационных кампаний, о методах принятия решений в области организации коммуникационных процессов, а также выработке умений анализировать, планировать и контролировать коммуникационную деятельность.

**Задачи дисциплины (модуля) «Организация и проведение коммуникационных кампаний»:**

- раскрыть сущность и показать место традиционных и синтетических маркетинговых коммуникаций в рамках коммуникационной кампании;
- рассмотреть виды и средства современных маркетинговых коммуникаций и технологий;
- изучить цели и основные средства рекламы, публик рилейшнз, личной продажи и методов стимулирования сбыта (продаж);
- сформировать навыки выбора и интеграции различных маркетинговых коммуникаций друг с другом;
- сформировать умения в области разработки медиаплана;
- приобрести навыки управления маркетинговой коммуникационной активностью в рамках коммуникационной кампании.

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4, ПК-1, ПК-3 в соответствии с учебным планом.

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

<b>Категория компетенций (при наличии)</b>	<b>Код компетенции и Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности	ОПК 4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп ОПК 4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности	Знать: как соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп  Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности
	ПК-1 Способен участвовать в реализации маркетинговых кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Знает этапы и механизмы реализации маркетинговых и коммуникационных кампаний и мероприятий  ПК-1.2. Обоснованно прогнозирует результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации маркетинговых и коммуникационных кампаний и мероприятий  Уметь: обоснованно прогнозировать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
	ПК-3 Способен применять основные	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов

	технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Уметь: реализовывать коммуникационный продукт, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
--	--	---	--

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц.

#### очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4
		Семестр 8
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	92	92
Лекционные занятия		30
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия		60
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	70	70

<b>Консультации</b>	2	2
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации	экзамен	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>180</b>	<b>180</b>

## 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		<i>из них: в форме практической</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической</i>	Лабораторные занятия		Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
<b>Модуль (Курс 4 Семестр 8)</b>											
РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОНН ЫХ КАМПАНИЙ»	80	35		15		30					
Тема 1.1. Медиасреда как пространство реализации комплексных коммуникационных кампаний	27	12		5		10					
Тема 1.2. Стратегии коммуникации и планирование комплексной коммуникационной	27	12		5		10					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	<i>из них: в форме практической</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической</i>	Лабораторные занятия		Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
кампании										
Тема 1.3. Принцип RACE и исследовательская база для реализации комплексной коммуникационной кампании	26	11	5		10					
<b>РАЗДЕЛ 2.</b> «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»	80	35	15		30					
Тема 2.1. Тон оф войз в коммуникационной кампании, виды тон оф войз, правила формирования	27	12	5		10					
Тема 2.2. Нью-медиа – основа современной комплексной коммуникационной кампании	27	12	5		10					
Тема 2.3. Оценка преимуществ комплексной коммуникационной кампании	26	11	5		10					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего		из них: в форме практической	Практические занятия	из них: в форме практической	Лабораторные занятия		Консультации / Иная	из них: в форме практической
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									2	
Общий объем, часов	180	70	90	30			60				

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»

##### Тема 1.1. Медиасреда как пространство реализации комплексных коммуникационных кампаний

###### *Перечень изучаемых элементов содержания:*

Типология современных медиа – по носителю, территории, специализации, возрасту и полу аудитории, качественной или массовой направленности и т.д. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа. Тенденция к переходу коммуникационных кампаний в нью-медиа.

##### Тема 1.2. Стратегии коммуникации и планирование комплексной коммуникационной кампании

###### *Перечень изучаемых элементов содержания:*

Предпосылки выбора стратегии коммуникационной кампании – экстенсивной, интенсивной, доверительной, кризисной. Определение ресурсов, необходимых для реализации коммуникационной кампании. Документирование хода коммуникационной кампании.

##### Тема 1.3. Принцип RACE и исследовательская база для реализации комплексной коммуникационной кампании



### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Суть подхода RACE – research, action, communication, evaluation. Исследования социологической школы (опросы, статистические метрики, контент-анализ). Исследования психологической школы (наблюдение, инструментальные исследования), в том числе нейропсихологии. Медиа-метрики (количество контактов, рейтинг и др.). Автоматизированные сервисы получения данных и организации коммуникации – Медиалогия, Brand analytics, Press feed и др.

## **ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Вопросы для подготовки выступлений/презентаций:**

1. Планирование коммуникационной кампании с использованием нескольких коммуникационных инструментов.
2. Управление коммуникациями с точки зрения выбора стратегии интегрированных коммуникаций.
3. Принципы выбора медиа для реализации коммуникационной кампании.
4. Нейромаркетинг – новые подходы к интеграции коммуникаций и нейропсихологии
5. Интеграции коммуникаций с новыми социо-демографическими теориями – Теория поколений, Спиральная динамика и др.
6. Понятие синергетического эффекта в коммуникационной кампании. Современные тенденции маркетинговых коммуникаций.
7. Модель процесса коммуникации RACE.
8. Выявление целевой аудитории, основные виды исследований.
9. Виды коммуникационных стратегий
10. Интегрированные коммуникации в нью-медиа
11. Документооборот коммуникационных кампаний, субъекты и объекты коммуникационных кампаний.
12. Особенности контента современных коммуникационных кампаний.
13. Типологическая система современных медиа
14. Анализ эффективности работы нью-медиа

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма рубежного контроля обучающихся: *тестирование***

### **1. Коммуникационная кампания – это ...**

- *вид коммуникационно-маркетинговой деятельности, отличающийся особым синергетическим эффектом, возникающим вследствие оптимального сочетания*

*рекламы, директ-маркетинга, стимулирования сбыта, PR и других коммуникационных средств и приемов и интеграции всех отдельных сообщений.*

- систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для повышения эффективности идентификации и решения маркетинговых проблем (возможностей)
- процесс планирования и осуществления концепций ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для проведения обмена, который удовлетворит цели отдельных людей и предприятий

## **2. Интерактивная функция коммуникации – это ...**

- процесс обмена информацией
- *взаимодействие коммуникатора и аудитории в процессе коммуникации*
- процесс обмена духовными ценностями
- процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
- обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

## **3. Информационная среда – это ...**

- *современная коммуникационная информационная инфраструктура на основе каналов связи различной природы*
- иерархически распределенная компьютерная сеть, входящая в информационное пространство Интернет и объединяющая информационные системы федеральных и региональных органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций и фирм
- совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, а также социально-экономических и культурных условий реализации процессов информатизации

## **4. Целевая аудитория – это...**

- фактические и потенциальные потребители контента
- *категория лиц, на которых в первую очередь направлена коммуникация*
- совокупность сотрудников, принимающих участие в проведении коммуникационной кампании

## **5. Коммуникативная эффективность интегрированных коммуникаций характеризуется ...**

- отношением полученной прибыли к затратам
- *охватом аудитории, вовлеченностью аудитории*
- изменением уровня издержек в результате перехода на интегрированный подход к коммуникациям

## **6. Медиафера – это...**

- профессиональная среда, где создаются сообщения медиа
- совокупность каналов передачи публичной информации и их содержание
- *публичная сфера общественных отношений, основанная на обмене информацией через каналы медиа*

- совокупность СМИ, социальных сетей, мессенжеров и их аудитория

**7. Кому принадлежит термин «информационное общество»...**

- *Иоко Масуда*
- Маршалл Маклюэн
- Элвин Тоффлер
- Мануэль Кастельес

**8. Какие группы каналов коммуникации относятся к медиасфере:**

- «сарафанное радио», социальные сети, СМИ
- *телевидение, радио, пресса, интернет-издания, социальные сети*
- СМИ, социальные сети, мессенджеры

**9. Нью-медиа – это:**

- сайты, социальные сети и мессенжеры
- *медиа, распространяющие контент на цифровых носителях и обладающие интерактивностью*
- новые медиа, дублирующие контент традиционных медиа

**10. Отметьте мероприятие, не относящееся к связям с общественностью:**

- *нативная реклама*
- благотворительная деятельность
- пресс-конференции
- юбилейные мероприятия

**11. Что учитывается при выборе медиа для сотрудничества:**

- размер вложений на рекламу, характер товара, круг возможных потребителей, цели и масштабы рекламной кампании
- *охват, стоимость, специализация, качество контента*
- уровень профессионализма сотрудников средств массовой информации

**12. Какая коммуникационная стратегия направлена на получение дополнительной прибыли от уже сформированной аудитории?**

- *интенсивного развития*
- доверительных отношений
- экстенсивного развития

**13. Какая коммуникационная стратегия направлена на привлечение новой аудитории?**

- интенсивного развития
- доверительных отношений
- *экстенсивного развития*

**14. Какая коммуникационная стратегия направлена на удержание аудитории?**

- интенсивного развития
- *доверительных отношений*
- экстенсивного развития

**15. Как расшифровывается аббревиатура RACE?**

- *исследование, действие, коммуникация, оценка*
- исследование, актуальность, коммуникация, выход
- ранжирование, действие, культура, оценка

**Матрица оценки результатов тестирования**

ВОПРОС	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
БАЛЛ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
<b>МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ - 30</b>															

**РАЗДЕЛ 2. «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»**

**Тема 2.1. Тон оф войз в коммуникационной кампании, виды тон оф войз, правила формирования**

*Перечень изучаемых элементов содержания:*

Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в коммуникационной деятельности, вербальные и невербальные составляющие.

**Тема 2.2. Нью-медиа – основа современной комплексной коммуникационной кампании**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа. Обеспечение трафика (органический трафик, таргетированная и контекстная реклама). Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента.

### **Тема 2.3. Оценка преимуществ комплексной коммуникационной кампании**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Интеграция рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, журналистики, партизанского маркетинга для достижения максимального эффекта коммуникационной кампании. Мультифункциональность, трансформация традиционного пула профессий, новые компетенции. Партизанский и вирусный контент, как низкобюджетные инструменты коммуникационной кампании.

### **ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ К РАЗДЕЛУ 2**

#### **Вопросы для подготовки выступления/презентации:**

1. Новые профессии в интернет-коммуникациях
2. Особенности нью-медиа по сравнению с традиционными медиа.
3. Феномен тон оф войз в современной коммуникационной практике.
4. Партизанский и вирусный контент как инструменты коммуникационной кампании
5. Оценка вовлеченности аудитории коммуникационной кампании – например, формула ER
6. Ньюз-джекинг в современной коммуникационной кампании
7. «Вечнозеленый» контент и его жанровые разновидности, виды контента коммуникационных кампаний
8. Интеграция связей с общественностью, рекламы, диджитал-продвижения, прямых продаж в рамках коммуникационной кампании
9. Контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа
10. Способы дистрибьюции контента в рамках комплексной коммуникационной кампании.
11. Новая система жанров нью-медиа, особенности заголовочного комплекса, иллюстративной части, структуры текстов.
12. Визуализация как преимущество контента в рамках современной коммуникационной кампании
13. Привлечение инфлюенсеров и лидеров мнений. Работа с персонализациями коммуникационной кампании.
14. Сторителлинг как новый мета-жанр коммуникационных кампаний.

15. Комплексная коммуникационная кампания как способ экономии ресурсов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Формы контроля работы обучающихся: тестирование**

**1. Семантическое ядро, это...**

- *набор ключевых слов*
- язык целевой аудитории
- стиль написания контента для нью-медиа

**2. Вечнозеленый контент – это:**

- написанный на тему экологии
- *актуальный долгое время*
- самый популярный у аудитории

**3. Контентный план, это:**

- список тем для журналистов и редакторов
- план написания контента, структура публикации в нью-медиа
- *график выхода и темы публикаций в нью-медиа*

**4. Отметьте инструмент, не относящееся к связям с общественностью:**

- *нативная реклама*
- благотворительная деятельность
- пресс-конференции
- юбилейные мероприятия

**5. Реклама – это:**

- проведение комплексных рекламных мероприятий, связанных в определенной последовательности, способствующих повышению интереса к товару и имеющих целью прочное внедрение товара на рынок
- *платное, одностороннее, неличное, опосредованное обращение, пропагандирующее товар и готовящее потенциального потребителя к покупке*
- целенаправленное и комплексное воздействие на внешнюю и внутреннюю среду фирмы, прямо или косвенно способствующее достижению основной ее цели: получение прибыли

**6. Персональная продажа – это:**

- одна из форм маркетинговых коммуникаций, назначение которой состоит в содействии росту объема реализации товаров
- *презентация товара человеку человеком*
- адекватное осуществление ценовой политики

#### **7. Директ-мейл это:**

- *личное сообщение представителю аудитории по любому каналу коммуникации*
- сообщения по электронной почте или в личный кабинет
- распространение листовок или буклетов по почте или на улице

#### **8. Ньюз джекинг – это...**

- поток ежедневных новостей для аудитории
- конкурентная среда медиа
- *способ привлечь внимание за счет популярной темы*

#### **9. Сторителлинг – это...**

- *жанр современной журналистики*
- сплетни, слухи, сарафанное радио
- вирусный контент

#### **10. Вирусный контент – это...**

- скандальный контент, эпатажные личности или истории
- *контент, который распространяет сама аудитория*
- информация о самом важном, что сейчас происходит в мире

#### **11. Инфлюенсер, это...**

- человек, знающий ситуацию изнутри
- человек, способный повлиять на исход какой-то ситуации
- *человек, лидер мнений, к которому прислушиваются*

#### **12. Тон оф войз – это...**

- участие в коммуникационной кампании известной медийной личности
- создание всех материалов в едином стилистическом ключе
- *узнаваемый стиль коммуникации, вне зависимости от инструмента или канала*

#### **13. Что такое заголовочный комплекс...**

- *заголовок и лид*
- способ написания заголовка
- все заголовки данного нью медиа

#### **14. Что такое дистрибьюция контента...**

- продажа интересного контента
- *размещение контента на сторонних площадках*
- передача прав на контент третьим лицам

### 15. Как расшифровывается аббревиатура ER...

- рейтинг вовлеченности
- *коэффициент вовлеченности*
- эволюция вовлеченности

#### Матрица оценки результатов теста

<b>ВОПРОС</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>БАЛЛ</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ - 30</b>															

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

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

#### *заочной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»</b>	43	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 2. «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»</b>	42	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	85	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	85	



### 3.2. Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

##### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Основные принципы подхода к созданию комплексных коммуникационных кампаний.
2. Характерные особенности инструментов коммуникаций в составе коммуникационной кампании, их синергия.
3. Специфика работа специалиста по коммуникациям в рамках концепции коммуникационной кампании.
4. Выбор стратегий коммуникационной кампании – экстенсивная, интенсивная, доверительных отношений, конкурентная.
5. Типология современных медиа.
6. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа.
7. Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа.
8. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа.
9. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для целей коммуникации. Основные принципы нейромаркетинга.
10. Сенсорный маркетинг – виды, оценка эффективности.
11. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории.
12. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории.
13. Современные методы измерения эффективности коммуникаций – автоматизированные сервисы и приложения.
14. Способы повышения медийности сообщений в рамках интегрированных коммуникаций.
15. Перспективы развития интегрированных коммуникаций в Информационном обществе.

##### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

##### Основная литература

1. Карандашев, В. Н. Методология и методы психологического исследования. Выполнение квалификационных работ : учебное пособие для вузов / В. Н. Карандашев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06897-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494090>
2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>

##### Дополнительная литература

1. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08188-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489006>
2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).
3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>
4. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>
5. *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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>
6. *Оганян, К. М.* Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490694>
7. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для вузов / под редакцией И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09953-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4534535.2> Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Составление семантического ядра и контентного плана для коммуникационной работы на определенную аудиторию.
2. Выбор тон оф войз для коммуникационной работы на определенную аудиторию.
3. Создание интегрированной платформы сенсорного воздействия для коммуникационной работы на определенную аудиторию.
4. Создание контента на основе ключевых слов, семантического ядра.
5. Контентный план, как основа коммуникационной кампании

6. Анализ результатов медийной работы с использованием автоматизированных сервисов
7. Современная жанровая система контента коммуникационных кампаний. Феномен сторителлинг.
8. Роль заголовочного комплекса, структуры текста для «чтения по диагонали». дочитываемость и доскраливаемость.
9. Дистрибуция контента коммуникационной кампании, виды дистрибуции.
10. Синергия рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, директ-мейла и др. инструментов в рамках современной коммуникационной кампании.
11. Феномен вирусного контента, особенности создания и функционирования
12. Феномен современных инфлюенсеров. Их роль в успехе коммуникационных кампаний
13. Коммуникационные кампании в интернете, специфика
14. Преимущества комплексных коммуникационных кампаний
15. Тенденции в современных коммуникационных кампаниях.

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

### **Основная литература**

1. *Карандашев, В. Н.* Методология и методы психологического исследования. Выполнение квалификационных работ : учебное пособие для вузов / В. Н. Карандашев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06897-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494090>

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>

### **Дополнительная литература**

1. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08188-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489006>

2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).

3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>

5. 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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>

6. Оганян, К. М. Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490694>

7. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для вузов / под редакцией И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09953-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4534535.2> Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

*Требования к структуре реферата (доклада):*

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

Основные требования к оформлению:

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок

16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»	ОПК-4	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коммуникационная кампания</li> <li>2. Интерактивная функция коммуникации</li> <li>3. Информационная среда</li> <li>4. Целевая аудитория</li> <li>5. Коммуникативная эффективность</li> </ol>
		ПК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Медиафера</li> <li>2. «Информационное общество»</li> <li>3. Каналы коммуникации, относящиеся к медиафере</li> <li>4. Нью-медиа</li> <li>5. Факторы выбора медиа для сотрудничества</li> </ol>

		ПК-3	Контрольная работа	<b>1. Коммуникационные стратегии</b> <b>2. RACE</b> <b>3. Теория поколений, «спиральная динамика» для сегментации аудитории</b> <b>4. Современные автоматизированные системы анализа эффективности коммуникационных кампаний</b> <b>5. Сервисы повышения медийности коммуникационных кампаний</b> <b>6. Особенности планирования коммуникационных кампаний</b> <b>7. Определение необходимых ресурсов для коммуникационной кампании</b> <b>8. Нью медиа</b> <b>9. Типология современных медиа</b> <b>10. Проблемы современных коммуникационных кампаний</b>
2.	<b>РАЗДЕЛ 2. «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»</b>	ОПК-4	Контрольная работа	<b>1. Семантическое ядро, ключевые слова</b> <b>2. Вечнозеленый контент, ньюз джекинг</b> <b>3. Контентный план</b>
		ПК-1	Контрольная работа	<b>1. Элементы связей с общественностью в коммуникационной кампании</b> <b>2. Элементы рекламы в коммуникационной кампании</b> <b>3. Элементы персональной продажи в коммуникационной кампании</b> <b>4. Директ-мейл в коммуникационной кампании</b>
		ПК-3	Контрольная работа	<b>1. Ньюз джекинг</b> <b>2. Сторителлинг</b> <b>3. Вирусный контент</b> <b>4. Инфлюенсеры и лидеры мнений</b>

				<p><b>5. Тон оф войз</b></p> <p><b>6. Дистрибьюция контента в рамках коммуникационной кампании</b></p> <p><b>7. Вовлеченность и формула ER</b></p>
--	--	--	--	--

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

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

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
ОПК-4	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Основные принципы подхода к коммуникационным кампаниям</li><li>2. Характерные особенности инструментов коммуникаций в составе коммуникационных кампаний, их синергия.</li><li>3. Специфика работа специалиста по коммуникациям в рамках концепции комплексных коммуникационных кампаний.</li><li>4. Выбор стратегий коммуникационных кампаний – экстенсивная, интенсивная, доверительных отношений, конкурентная.</li><li>5. Типология современных медиа.</li></ol>
ПК-1	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для целей коммуникации. Основные принципы нейромаркетинга.</li><li>2. Перспективы развития коммуникационных кампаний в Информационном обществе.</li><li>3. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории.</li><li>4. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории.</li></ol>
ПК-3	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа.</li><li>2. Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа.</li><li>3. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа.</li><li>4. Инфлюенсеры</li><li>5. Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в коммуникационной деятельности, вербальные и невербальные составляющие.</li><li>6. Современные методы измерения эффективности коммуникаций – автоматизированные сервисы и приложения.</li><li>7. Способы повышения медийности сообщений в рамках интегрированных коммуникаций.</li><li>8. Новая жанровая система медиа и нью-медиа</li><li>9. Правила создания контента – «вечнозеленый», ньюз джекинг и тд</li></ol>

**РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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

### Основная литература

1. *Карандашев, В. Н.* Методология и методы психологического исследования. Выполнение квалификационных работ : учебное пособие для вузов / В. Н. Карандашев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06897-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494090>

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>

### Дополнительная литература

1. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08188-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489006>

2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).

3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

4. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>

5. *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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>

6. *Оганян, К. М.* Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490694>

7. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для вузов / под редакцией И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — Москва : Издательство Юрайт,

2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09953-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4534535.2> Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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.

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

### 5.4.1. Средства информационных технологий

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

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

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

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

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

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

## **5.6. Образовательные технологии**

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

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г..

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ**

**Направление подготовки**

**«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**

**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**

**ОЧНАЯ**

## СОДЕРЖАНИЕ


<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27
5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>30</b>


Рабочая программа дисциплины (модуля) **«Организация специальных событий»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Маркетинговые коммуникации), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Маркетинговые коммуникации)(далее – «ОПОП»)


Рабочая программа дисциплины (модуля)**«Организация специальных событий»** разработана рабочей группой в составе: Щетинина Н.Н. к.п.н., доц., Полунина О.С., к.и.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалитетрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
 Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года


Заведующий кафедрой Д.э.н., профессор		Д.А. Шевченко
	(подпись)	

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей  
 ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе  Н.Н. Терещенко  
 \_\_\_\_\_  
 (подпись)

ORTA CommunicationsGroup  
 Генеральный директор  А.В. Сафронов  
 \_\_\_\_\_  
 (подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор Дипломатическая Академия МИД РФ		Е.Н. Пашенцев
---	--	---------------

	(подпись)	
К.ф.н., доцент		В.А. Матанис
	(подпись)	

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

**Целью** освоения дисциплины «**Организация специальных событий**» является формирование у студентов представления о сущности комплексных коммуникационных кампаний, о методах принятия решений в области организации коммуникационных процессов, а также выработке умений анализировать, планировать и контролировать коммуникационную деятельность.

**Задачи дисциплины «Организация специальных событий»:**

- раскрыть сущность и показать место традиционных и синтетических маркетинговых коммуникаций в рамках коммуникационной кампании;
- рассмотреть виды и средства современных маркетинговых коммуникаций и технологий;
- изучить цели и основные средства рекламы, публичных рилейшнз, личной продажи и методов стимулирования сбыта (продаж);
- сформировать навыки выбора и интеграции различных маркетинговых коммуникаций друг с другом;
- сформировать умения в области разработки медиаплана;
- приобрести навыки управления маркетинговой коммуникационной активностью в рамках коммуникационной кампании.

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

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

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции и Формулиро	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-------------------------------------	-----------------------------	--	---------------------

	<b>в</b> <b>ка</b> <b>компетенци</b> <b>и</b>		
	ПК-5 Способен участвовать в реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере маркетинга и рекламы	ПК-5.1. предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере маркетинга и рекламы  ПК-5.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере маркетинга и рекламы	Знать: творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере маркетинга и рекламы  Уметь: решать поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере маркетинга и рекламы

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

#### очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4
		Семестр 8
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	
Лекционные занятия		18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия		36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации		зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 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		<i>из них: в форме практической</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической</i>	Лабораторные занятия		Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
<b>Модуль (Курс 4 Семестр 8)</b>											
<b>РАЗДЕЛ 1.</b> «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»	54	27		9		18					
Тема 1.1. Медиасреда как пространство реализации специальных событий	18	9		3		6					
Тема 1.2. Стратегии коммуникации и планирование специальных событий	18	9		3		6					
Тема 1.3. Принцип RACE и исследовательская база для реализации специальных событий	18	9		3		6					
<b>РАЗДЕЛ 2.</b> «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»	45	18		9		18					
Тема 2.1. Тон оф войзв специальных событиях, виды тон оф	15	6		3		6					



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего		из них: в форме практической	Практические занятия	из них: в форме практической	Лабораторные занятия		Консультации / Иная
войз, правила формирования										
Тема 2.2. Нью-медиа – основа реализации специальных событий	15	6	3		6					
Тема 2.3. Оценка преимуществ продвижения через специальные события	15	6	3		6					
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>18</b>		<b>36</b>					

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»

##### Тема 1.1. Медиа среда как сфера продвижения специальных событий

###### *Перечень изучаемых элементов содержания:*

Типология современных медиа – по носителю, территории, специализации, возрасту и полу аудитории, качественной или массовой направленности и т.д. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа. Тенденция к переходу коммуникационных кампаний в нью-медиа.

##### Тема 1.2. Стратегии коммуникации и планирование специальных событий

###### *Перечень изучаемых элементов содержания:*

Предпосылки выбора стратегии коммуникационной кампании – экстенсивной, интенсивной, доверительной, кризисной. Определение ресурсов, необходимых для реализации коммуникационной кампании. Документирование хода коммуникационной кампании.

### **Тема 1.3. Принцип RACE и исследовательская база для реализации специальных событий**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Суть подхода RACE – research, action, communication, evaluation. Исследования социологической школы (опросы, статистические метрики, контент-анализ). Исследования психологической школы (наблюдение, инструментальные исследования), в том числе нейропсихологии. Медиа-метрики (количество контактов, рейтинг и др.). Автоматизированные сервисы получения данных и организации коммуникации – Медиалогия, Brandanalytics, Pressfeed и др.

### **ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ К РАЗДЕЛУ 1**

#### **Вопросы для подготовки выступлений/презентаций:**

1. Планирование специальных событий с использованием нескольких коммуникационных инструментов.
2. Управление коммуникациями с точки зрения выбора стратегии специальных событий.
3. Принципы выбора медиа для реализации специальных событий.
4. Нейромаркетинг – новые подходы к специальным событиям
5. Специальные события и новые социально-демографические теории – Теория поколений, Спиральная динамика и др.
6. Понятие синергетического эффекта в специальных событиях. Современные тенденции.
7. Модель процесса коммуникации в рамках специальных событий RACE.
8. Выявление целевой аудитории, основные виды исследований для проведения специальных событий.
9. Виды коммуникационных стратегий специальных событий
10. Специальные события в нью-медиа
11. Документооборот специальных событий, субъекты и объекты специальных событий
12. Особенности сценариев современных специальных событий.
13. Типологическая система современных специальных событий
14. Анализ эффективности специальных событий

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

## **Форма рубежного контроля обучающихся: тестирование**

### **1. Специальное событие – это ...**

- уникальное, креативное событие, которое невозможно повторить
- *мероприятие с целью продвижения*
- мероприятие, заказанное некой организацией

### **2. Интерактивная функция коммуникации – это ...**

- процесс обмена информацией
- *взаимодействие коммуникатора и аудитории в процессе коммуникации*
- процесс обмена духовными ценностями
- процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
- обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

### **3. Информационная среда – это ...**

- *современная коммуникационная информационная инфраструктура на основе каналов связи различной природы*
- иерархически распределенная компьютерная сеть, входящая в информационное пространство Интернет и объединяющая информационные системы федеральных и региональных органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций и фирм
- совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, а также социально-экономических и культурных условий реализации процессов информатизации

### **4. Целевая аудитория – это...**

- фактические и потенциальные потребители контента
- *категория лиц, на которых в первую очередь направлена коммуникация*
- совокупность сотрудников, принимающих участие в проведении коммуникационной кампании

### **5. Коммуникативная эффективность интегрированных коммуникаций характеризуется ...**

- отношением полученной прибыли к затратам
- *охватом аудитории, вовлеченностью аудитории*
- изменением уровня издержек в результате перехода на интегрированный подход к коммуникациям

### **6. Медиафера – это...**

- профессиональная среда, где создаются сообщения медиа
- совокупность каналов передачи публичной информации и их содержание
- *публичная сфера общественных отношений, основанная на обмене информацией через каналы медиа*
- совокупность СМИ, социальных сетей, мессенджеров и их аудитория

**7. Кому принадлежит термин «информационное общество»...**

- *Иоко Масуда*
- *Маршалл Маклюэн*
- *Элвин Тоффлер*
- *Мануэль Кастельес*

**8. Какие группы каналов коммуникации относятся к медиасфере:**

- *«сарафанное радио», социальные сети, СМИ*
- *телевидение, радио, пресса, интернет-издания, социальные сети*
- *СМИ, социальные сети, мессенджеры*

**9. Нью-медиа – это:**

- *сайты, социальные сети и мессенджеры*
- *медиа, распространяющие контент на цифровых носителях и обладающие интерактивностью*
- *новые медиа, дублирующие контент традиционных медиа*

**10. Отметьте мероприятие, не относящееся к связям с общественностью:**

- *нативная реклама*
- *благотворительная деятельность*
- *пресс-конференции*
- *юбилейные мероприятия*

**11. Что учитывается при выборе медиа для сотрудничества:**

- *размер вложений на рекламу, характер товара, круг возможных потребителей, цели и масштабы рекламной кампании*
- *охват, стоимость, специализация, качество контента*
- *уровень профессионализма сотрудников средств массовой информации*

**12. Какая коммуникационная стратегия направлена на получение дополнительной прибыли от уже сформированной аудитории?**

- *интенсивного развития*
- *доверительных отношений*
- *экстенсивного развития*

**13. Какая коммуникационная стратегия направлена на привлечение новой аудитории?**

- интенсивного развития
- доверительных отношений
- экстенсивного развития

**14. Какая коммуникационная стратегия направлена на удержание аудитории?**

- интенсивного развития
- доверительных отношений
- экстенсивного развития

**15. Как расшифровывается аббревиатура RACE?**

- исследование, действие, коммуникация, оценка
- исследование, актуальность, коммуникация, выход
- ранжирование, действие, культура, оценка

**Матрица оценки результатов тестирования**

ВОПРОС	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
БАЛЛ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
<b>МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ - 30</b>															

**РАЗДЕЛ 2. «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»**

**Тема 2.1. Тон оф войз в специальных событиях, виды тон оф войз, правила формирования**

*Перечень изучаемых элементов содержания:*

Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в коммуникационной деятельности, вербальные и невербальные составляющие.

**Тема 2.2. Нью-медиа – основа реализации специальных событий**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа. Обеспечение траффика (органический траффик, таргетированная и контекстная реклама). Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента.

## **Тема 2.3. Оценка преимуществ продвижения через специальные события**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Интеграция рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, журналистики, партизанского маркетинга для достижения максимального эффекта коммуникационной кампании. Мультифункциональность, трансформация традиционного пула профессий, новые компетенции. Партизанский и вирусный контент, как низкобюджетные инструменты коммуникационной кампании.

### **ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ К РАЗДЕЛУ 2**

#### **Вопросы для подготовки выступления/презентации:**

1. Новые профессии в специальных событиях
2. Особенности нью-медиа по сравнению с традиционными медиа.
3. Феномен тон оф войз в современной коммуникационной практике.
4. Партизанский и вирусный контент как инструменты специальных событий
5. Оценка вовлеченности аудитории специальных событий
6. Ньюз-джекинг в современной коммуникационной кампании
7. «Вечнозеленый» контент и его жанровые разновидности, виды контента коммуникационных кампаний
8. Интеграция связей с общественностью, рекламы, диджитал-продвижения, прямых продаж в рамках подготовки и проведения специальных событий
9. Контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа
10. Виды специальных событий
11. Особенности работы с подрядчиками специальных событий.
12. Визуализация как преимущество контента в рамках современной коммуникационной кампании
13. Привлечение инфлюенсеров и лидеров мнений. Работа с персонификаций специального события.
14. Сторителлинг как новый мета-жанр освещения специальных событий.
15. Специальное событие как способ экономии ресурсов.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**Формы контроля работы обучающихся:** *тестирование*

**1. Семантическое ядро, это...**

- *набор ключевых слов*
- язык целевой аудитории
- стиль написания контента для нью-медиа

**2. Вечнозеленый контент – это:**

- написанный на тему экологии
- *актуальный долгое время*
- самый популярный у аудитории

**3. Контентный план, это:**

- список тем для журналистов и редакторов
- план написания контента, структура публикации в нью-медиа
- *график выхода и темы публикаций в нью-медиа*

**4. Отметьте инструмент, не относящиеся к связям с общественностью:**

- *нативная реклама*
- благотворительная деятельность
- пресс-конференции
- юбилейные мероприятия

**5. Реклама – это:**

- проведение комплексных рекламных мероприятий, связанных в определенной последовательности, способствующих повышению интереса к товару и имеющих целью прочное внедрение товара на рынок
- *платное, однонаправленное, неличное, опосредованное обращение, пропагандирующее товар и готовящее потенциального потребителя к покупке*
- целенаправленное и комплексное воздействие на внешнюю и внутреннюю среду фирмы, прямо или косвенно способствующее достижению основной ее цели: получение прибыли

**6. Персональная продажа – это:**

- одна из форм маркетинговых коммуникаций, назначение которой состоит в содействии росту объема реализации товаров
- *презентация товара человеку человеком*
- адекватное осуществление ценовой политики

**7. Директ-мейл это:**

- *личное сообщение представителю аудитории по любому каналу коммуникации*
- сообщения по электронной почте или в личный кабинет
- распространение листовок или буклетов по почте или на улице

#### **8. Ньюзджекинг – это...**

- поток ежедневных новостей для аудитории
- конкурентная среда медиа
- *способ привлечь внимание за счет популярной темы*

#### **9.Сторителлинг – это...**

- *жанр современной журналистики*
- сплетни, слухи, сарафанное радио
- вирусный контент

#### **10. Вирусный контент – это...**

- скандальный контент, эпатажные личности или истории
- *контент, который распространяет сама аудитория*
- информация о самом важном, что сейчас происходит в мире

#### **11. Инфлюенсер, это...**

- человек, знающий ситуацию изнутри
- человек, способный повлиять на исход какой-то ситуации
- *человек, лидер мнений, к которому прислушиваются*

#### **12. Тон оф войз – это...**

- участие в коммуникационной кампании известной медийной личности
- создание всех материалов в едином стилистическом ключе
- *узнаваемый стиль коммуникации, вне зависимости от инструмента или канала*

#### **13. Что такое заголовочный комплекс...**

- *заголовок и лид*
- способ написания заголовка
- все заголовки данногонью медиа

#### **14. Что такое дистрибьюция контента...**

- продажа интересного контента
- *размещение контента на сторонних площадках*
- передача прав на контент третьим лицам

#### **15. Как расшифровывается аббревиатура ER...**



- рейтинг вовлеченности
- коэффициент вовлеченности
- эволюция вовлеченности

### Матрица оценки результатов теста

<b>ВОПРОС</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>БАЛЛ</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ - 30</b>															

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

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

#### *заочной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»</b>	27	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 2. «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»</b>	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

### 3.2. Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Основные принципы подходов к созданию специальных событий
2. Характерные особенности специальных событий в составе коммуникационной кампании, их синергия.
3. Специфика работы специалиста по специальным событиям.
4. Выбор разновидности специального события для реализации.
5. Типология современных специальных событий.
6. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа.
7. Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа.
8. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа.
9. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для реализации специальных событий. Основные принципы нейромаркетинга.
10. Сенсорный маркетинг и специальные события – виды, оценка эффективности.
11. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории специальных событий.
12. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории специальных событий.
13. Современные методы измерения эффективности специальных событий.
14. Способы повышения медийности специальных событий.
15. Перспективы развития интегрированных коммуникаций в сфере специальных событий

### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

#### Основная литература

1. *Карандашев, В. Н.* Методология и методы психологического исследования. Выполнение квалификационных работ : учебное пособие для вузов / В. Н. Карандашев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06897-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494090>
2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>

#### Дополнительная литература

1. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08188-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489006>
2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).

3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>
4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>
5. 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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>
6. Оганян, К. М. Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490694>
7. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для вузов / под редакцией И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09953-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4534535.2> Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Составление семантического ядра и контентного плана для коммуникационной работы на определенную аудиторию специальных событий.
2. Выбор тон оф войздля коммуникационной работы на определенную аудиторию специальных событий.
3. Создание интегрированной платформы сенсорного воздействия для работы на определенную аудиторию специальных событий.
4. Создание контента для продвижения специальных событийна основе ключевых слов, семантического ядра.
5. Контентный план, как основа коммуникационной кампанииспециальных событий
6. Анализ результатов специальных событийс использованием автоматизированных сервисов
7. Современная жанровая система контента коммуникационных кампаний по продвижению специальных событий. Феномен сторителлинг.
8. Роль заголовочного комплекса, структуры текста для «чтения по диагонали». дочитываемость и доскраливаемость для продвижения специальных событий.

9. Дистрибуция контента коммуникационной кампании по продвижению специальных событий, виды дистрибуции.
10. Синергия рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, директ-мейла и др. инструментов в рамках кампании по продвижению специальных событий.
11. Феномен вирусного контента, особенности создания и функционирования
12. Феномен современных инфлюенсеров. Их роль в успехе специальных событий
13. Специальные события в интернете, специфика
14. Преимущества комплексных специальных событий
15. Тенденции в области организации специальных событий

## Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

### Основная литература

1. *Карандашев, В. Н.* Методология и методы психологического исследования. Выполнение квалификационных работ : учебное пособие для вузов / В. Н. Карандашев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06897-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494090>

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>

### Дополнительная литература

1. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08188-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489006>

2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).

3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

4. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). —

ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>

5. *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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>

6. *Оганян, К. М.* Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490694>

7. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для вузов / под редакцией И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09953-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4534535>

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

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

*Требования к структуре реферата (доклада):*

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

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает

исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «TimesNewRoman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет который проводится в форме тестирования.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

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

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

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

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

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

- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий



13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<b>РАЗДЕЛ 1. «СУЩНОСТЬ И ВИДЫ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»</b>	ПК-5	Контрольная работа	<b>1. Коммуникационная кампания</b> <b>2. Интерактивная функция коммуникации</b> <b>3. Информационная среда</b> <b>4. Целевая аудитория</b> <b>5. Коммуникативная эффективность</b> <b>6. Медиа сфера</b> <b>7. «Информационное общество»</b> <b>8. Каналы коммуникации, относящиеся к медиасфере</b> <b>9. Нью-медиа</b> <b>10. Факторы выбора медиа для сотрудничества</b>

				<p><b>11. Коммуникационные стратегии</b></p> <p><b>12. RACE</b></p> <p><b>13. Теория поколений, «спиральная динамика» для сегментации аудитории</b></p> <p><b>14. Современные автоматизированные системы анализа эффективности коммуникационных кампаний</b></p> <p><b>15. Сервисы повышения медийности коммуникационных кампаний</b></p> <p><b>16. Особенности планирования коммуникационных кампаний</b></p> <p><b>17. Определение необходимых ресурсов для коммуникационной кампании</b></p> <p><b>18. Нью медиа</b></p> <p><b>19. Типология современных медиа</b></p> <p><b>20. Проблемы современных коммуникационных кампаний</b></p>
2.	<b>РАЗДЕЛ 2. «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ»</b>	ПК-5	Контрольная работа	<p><b>1. Семантическое ядро, ключевые слова</b></p> <p><b>2. Вечнозеленый контент, ньюзджекинг</b></p> <p><b>3. Контентный план</b></p> <p><b>4. Элементы связей с общественностью в коммуникационной кампании</b></p> <p><b>5. Элементы рекламы в коммуникационной кампании</b></p> <p><b>6. Элементы персональной продажи в коммуникационной кампании</b></p> <p><b>7. Директ-мейл в коммуникационной кампании</b></p> <p><b>8. Ньюз джекинг</b></p>

				<p><b>9. Сторителлинг</b></p> <p><b>10. Вирусный контент</b></p> <p><b>11. Инфлюенсеры и лидеры мнений</b></p> <p><b>12. Тон оф войз</b></p> <p><b>13. Дистрибьюция контента в рамках коммуникационной кампании</b></p> <p><b>14. Вовлеченность участников специальных событий</b></p>
--	--	--	--	--

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

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

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
ПК-5	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Основные принципы подходов к специальным событиям</li><li>2. Характерные особенности инструментов коммуникаций при организации специальных событий.</li><li>3. Специфика работы специалиста по коммуникациям в рамках организации специальных событий.</li><li>4. Выбор стратегий организации специальных событий – экстенсивная, интенсивная, доверительных отношений, конкурентная.</li><li>5. Типология специальных событий.</li><li>6. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для целей организации специальных событий. Основные принципы нейромаркетинга.</li><li>7. Перспективы развития организации специальных событий в Информационном обществе.</li><li>8. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий.</li><li>9. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории организации специальных событий.</li><li>10. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа для продвижения специальных событий.</li><li>11. Отличительные особенности и виды специальных событий.</li><li>12. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа – для продвижения специальных событий.</li><li>13. Инфлюенсеры специальных событий</li><li>14. Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в организации специальных событий, вербальные и невербальные составляющие.</li><li>15. Современные методы измерения эффективности организации специальных событий.</li><li>16. Способы повышения медийности сообщений в рамках организации специальных событий.</li><li>17. Новая жанровая система медиа и нью-медиа для продвижения специальных событий</li><li>18. Правила создания контента – «вечнозеленый», ньюджекинг и тд для продвижения специальных событий</li></ol>

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### Основная литература

1. *Карандашев, В. Н.* Методология и методы психологического исследования. Выполнение квалификационных работ : учебное пособие для вузов / В. Н. Карандашев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06897-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494090>

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>

#### Дополнительная литература

1. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08188-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489006>

2. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).

3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

4. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>

5. *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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>

6. *Оганян, К. М.* Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490694>

7. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для вузов / под редакцией И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09953-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4534535.2> Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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.

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

### 5.4.1. Средства информационных технологий

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

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

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

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:



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

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

## **5.6. Образовательные технологии**

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

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			



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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ, МАРКЕТИНГА, СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

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

**Направленность**

**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная**

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>6</b>
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
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	9
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>14</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	14
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	15
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	19
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>20</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	20
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	20
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	20
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	21
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	22
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	231
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	231
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	28
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>29</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля). .	29
5.1.1. Основная литература.....	29
5.1.2. Дополнительная литература.....	29
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	29
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	30
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	31
5.4.1. Средства информационных технологий.....	31
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	31
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	31

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	32
5.6. Образовательные технологии .....	32
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>34</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) **«История рекламы, маркетинга, связей с общественностью»** 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 29.07.2017 №512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки/специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) **«История рекламы, маркетинга, связей с общественностью»** разработана рабочей группой в составе:

Рабочая программа дисциплины «История журналистики» разработана рабочей группой в составе: Н.В. Старостенкова, д.и.н., профессора

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры/квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

(наименование факультета)

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой  
д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»



Н.Н. Терещенко

Директор по региональной рекламе

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup



А.В. Сафронов

Генеральный директор

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Е.Н. Пашенцев

Дипломатическая Академия МИД РФ

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины(модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об истории рекламы, маркетинга и связей с общественностью как социальных институтов, истории становления рекламных и маркетинговых технологий и развития рекламного бизнеса, необходимых для деятельности в профессиональной сфере и практических навыков, необходимых для решения задач профессиональной деятельности авторского типа.

Задачи дисциплины (модуля):

1. сформировать у студентов систематизированные базовые знания истории рекламы, маркетинга и связей с общественностью;
2. ознакомить студентов с основными персоналиями, кампаниями и технологиями, сыгравшими важную роль в становлении рекламы, маркетинга и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
3. способствовать осознанию студентами взаимосвязи истории рекламы, маркетинга и связей с общественностью с социальной историей страны и мира, с историей культуры и искусства;
4. ознакомить студентов с историей возникновения и спецификой рекламных профессий (арт-директор, дизайнер, копирайтер, сценарист и др.).

### 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-5; ОПК-6 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	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. Воспринимает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом и этическом контекстах УК-5.2. Воспринимает межкультурное разнообразие общества в философском контексте	<i>Знать:</i> разнообразие культур и особенности процесса межкультурного взаимодействия <i>Уметь:</i> применять в профессиональной деятельности знания особенностей разнообразных культур
	ОПК-6	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления	<i>Знать:</i>

	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<p>профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>актуальные тенденции развития и принципы работы современных информационных технологий</p> <p>Уметь:</p> <p>применять современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности</p>
--	---	---	---

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	72	72			
Лекционные занятия	24	24			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	48	48			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Лабораторные занятия					
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа					
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	63	63			
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9			
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>			



## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия							
<b>Курс 2 Семестр 3</b>											
<b>Раздел 1.История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института</b>	33	15	18	6		12					
<b>Тема 1.1.Введение в дисциплину. Рекламная коммуникация и ее истоки. Реклама в античном обществе</b>	16	7	8	2		6					
<b>Тема 1.2.Реклама в западноевропейской культуре</b>	17	8	10	4		6					
<b>Раздел 2.Зарождение и развитие рекламы в России</b>	34	16	18	6		12					
<b>Тема 2.1. Российская протореклама и ее</b>	16	8	8	2		6					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов												
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками										
			Всего	Лекционные занятия									
<b>источки</b>													
<b>Тема 2.2. Реклама в СССР</b>	18	8	10	4		6							
<b>Раздел 3. Зарождение и развитие маркетинга</b>	34	16	18	6		12							
<b>Тема 3.1. История зарождения маркетинга</b>	18	8	10	4		6							
<b>Тема 3.2. Развитие маркетинга в России</b>	16	8	8	2		6							
<b>Раздел 4.Современные тенденции развития рекламы</b>	34	16	18	6		12							
<b>Тема 4.1. Развитие российской рекламы в условиях рыночной экономики</b>	16	8	8	2		6							
<b>Тема 4.2. Реклама в XXI веке и основные тенденции ее развития</b>	18	8	10	4		6							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия						
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Форма промежуточной аттестации (указать)	зачет									
Общий объем, часов	144	63	72	24		28				

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ: ОТ ПОЯВЛЕНИЯ ПЕРВЫХ ПРОТОРЕКЛАМНЫХ ФОРМ ДО СТАНОВЛЕНИЯ РЕКЛАМЫ В КАЧЕСТВЕ ВАЖНОГО СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА

**Тема 1.1. Введение в дисциплину. Рекламная коммуникация и ее истоки. Реклама в античном обществе**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Цели и задачи курса «История рекламы». Структура курса. Этимология слова «реклама» и базовые понятия курса. Реклама как маркетинговая коммуникация. Коммуникация и ее модели. Коммуникативные барьеры. Реклама как социальная технология. Реклама и другие социальные технологии: агитация, пропаганда, манипуляция. История рекламы как часть всеобщей истории. Историческая обусловленность возникновения и развития рекламы. Понятие «протореклама». Протореклама и знако-символическая деятельность человека. Формирование основных технологий и каналов рекламной коммуникации в античности. Устная и письменная реклама. Античные истоки рекламных жанров афиши, плаката, вывески, торговой марки и рекламной акции. Реклама и различные сферы жизнедеятельности античных полисов.

##### **Тема 1.2. Реклама в западноевропейской культуре**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Средневековый город как рекламное пространство. Устная реклама – ведущая форма рекламирования в западноевропейской средневековой культуре. Институт глашатаев. Регулирование рекламной коммуникации городскими властями и корпоративными объединениями. Прообраз рекламных акций религиозные и цеховые демонстрационные действия. Маркировка изделий, цеховая и торговая эмблематика, геральдическая символика, настенная живопись и гравюра. Развитие письменной рекламы. Роль изобретения печати в развитии рекламной деятельности. Первое печатное рекламное объявление. Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта, прейскуранта, печатного «летучего листка», информационного письма, печатной афиши. Вывеска как жанр наружной рекламы. Теофраст Рендо – основатель печатной рекламы в Европе. Периодическая пресса и реклама в эпоху Нового времени. Новые технологии и новые каналы коммуникации. Индустриальный переворот XIX века и расширение потребительских практик. Индустриально-массовое производство товаров и формирование потребительского общества. Перелом в развитии рекламного процесса в США и странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии. Приманки премиальной торговли. Витрина как зеркало рекламного дела. Выставки как общеевропейский рекламный жанр. Реклама как социальный институт общества потребления. Рекламный бизнес и рекламные кампании XX в.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**Тема практического занятия: «Реклама в западноевропейской культуре»**

**Форма практического задания;** дискуссии; реферат

### **Темы рефератов**

1. «Протореклама»: история появления и развития в период античности;
2. Устная и письменная реклама в эпоху античности;
3. Истоки основных рекламных жанров афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции;
4. Средневековый город как рекламное пространство;
5. Основные условия становления устной рекламы в качестве ведущей формы рекламирования в западноевропейской средневековой культуре;
6. Институт глашатаев. Его роль и значение в средневековом европейском обществе;
7. Способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городских властей средневекового города;
8. Религиозные и цеховые демонстративные акции – прообраз будущих рекламных акций;
9. Маркировка изделий: цеховая и торговая эмблематика, геральдическая символика;
10. Изобретение печати и его роль в развитии рекламной деятельности в средневековой Европе;
11. Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта, прейскуранта, печатного «летучего листка», информационного письма, печатной афиши;
12. Индустриальный переворот XIX в. и его влияние на развитие рекламы;
13. Развитие рекламного процесса в XIX в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии;
14. Реклама как социальный институт общества потребления;
15. Особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – написание реферата**

## РАЗДЕЛ 2. ЗАРОЖДЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

### Тема 2.1. Российская протореклама и ее истоки

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Российская протореклама и ее истоки. Устная реклама на Руси. Ярмарочная реклама и рекламные интермедии. Устные и зрелищные жанры российской рекламы XVII - XVIII вв. Изобразительные жанры российской рекламы. Лубочные традиции в рекламной продукции. Появление живописных и рукописных вывесок на Руси. Вербализация вывесок в XIX в. Государственное регулирование наружной рекламы. Печатные афиши XVIII в. Развитие прессы и печатной рекламы в России. Библиографическая реклама. Реклама в российских газетах XVIII в. – начала XIX в. Реклама в условиях коммерциализации прессы (30-50-е годы XIX в.). Газетная реклама в пореформенный период (60-80-е годы XIX в.). Приоритет рекламных публикаций в российской прессе на рубеже XIX в. Роль ежегодных ярмарок в развитии российской рекламы в конце XIX в. Активизация рекламного процесса в России на рубеже XIX - XX вв. Появление кинорекламы. Военная тематика в плакатной рекламе. Фирменный знак в России. Теоретическое осмысление российской рекламы как социального феномена (конец XIX в. – начало XX в.). Появление профессионально обучающей литературы в первом десятилетии XX в.

### Тема 2.2. Реклама в СССР

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Октябрьская революция 1917 г. и государственная монополизация рекламной деятельности. Агитация и пропаганда в годы Гражданской войны. Расцвет отечественной рекламы в период НЭПа. Вклад в развитие российской рекламы В.В. Маяковского. Натурализм и лубок – основные художественные стили советского рекламного коммерческого плаката. Реклама в годы Великой Отечественной войны. Появление специализированных рекламных изданий. Организация централизованной государственной службы рекламы в СССР. Рекламная служба в системе потребительской кооперации. Социалистический реализм в советской рекламе. «Перестройка» – новый этап в развитии российской рекламы. Изменение содержания и формы рекламы с переходом к рыночной экономике.

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

### Тема практического занятия: «Зарождение и развитие рекламы в России»

**Форма практического задания:** дискуссии; реферат

#### **Темы рефератов:**

1. Российская «протореклама» и ее истоки;
2. Возникновение рекламы на Руси;
3. Устное фольклорное рекламное творчество на Руси. Ярмарочные рекламные интермедии;
4. Лубочные традиции в российской рекламе;
5. Устные и зрелищные жанры российской рекламы XVII - XVIII вв.;
6. Проблемы вербализации вывесок в XIX в. в России. Живописная вывеска в России: история появления и развития;
7. Роль ежегодных ярмарок в развитии российской рекламы в конце XIX в.;
8. Реклама в российской прессе: история развития;

9. Активизация рекламного процесса в России на рубеже XIX-XX вв.;
10. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX вв.;
11. Государственное регулирование отечественной рекламы в XIX в.;
12. Теоретическое осмысление российской рекламы как социального феномена (конец XIX в. – начало XX в.).

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – написание реферата**

## **РАЗДЕЛ 3. ЗАРОЖДЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА**

### **Тема 3.1. История зарождения маркетинга**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Понятие маркетинга. Маркетинг – как детище и феномен экономики перепроизводства. К. Маккормик и его роль в осмыслении и развитии маркетинга как центральной функции производства. Появление маркетинговой стратегии управления производством и маркетинга как особой академической дисциплины. Роль Мичиганского, Калифорнийского и Иллинойского университетов (США) в разработке теоретических основ маркетинга и подготовке кадров квалифицированных маркетологов. Вторая мировая война как расширения сбытовой политики. Маркетинг как инструмент осуществления различных видов хозяйственной деятельности, регулирующих поток товаров от производителя к конечному потребителю. Дж. Маккортии его модель маркетинга «4-R». Эволюция маркетинга как науки. Эволюция концепции маркетинга. Проблемы учета в маркетинговой деятельности социальные последствия принимаемых решений.

### **Тема 3.2. Развитие маркетинга в России**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Маркетинг в условиях планового управления в СССР. Всесоюзный научно-исследовательский институт конъюнктуры и спроса (ВНИИКС), его научно-практическая деятельность и работа по подготовке кадров специалистов для экспортно-импортных операций. Развитие маркетинга в России в период перехода к рыночным реформам. Создание в 1990 г. Первой Российской ассоциации маркетинга в СССР. Основные этапы эволюции маркетинга в СССР и Российской Федерации. Деятельность отечественных ученых по развитию основ теории и методологии рыночных сетей и маркетинговых коммуникаций, некоммерческого и социального маркетинга. Особенностью внедрения маркетинга в Российской Федерации.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия: «История зарождения и развития маркетинга в России и мире»**

**Форма практического задания:** дискуссии, реферат

**Темы рефератов:**

1. Теории маркетингового управления и их эволюция;
2. Особенности влияния глубинных процессов развития производства и рынка на эволюцию маркетинга;
3. Социально-этический маркетинг и его содержание;
4. Стратегическая концепция маркетинга и ее содержание;

5. Глубинные изменения в структуре производительных сил общества и их отражение в стратегической концепции маркетинга;
6. Модель «4-P» и ее основные особенности;
7. Этапы эволюции маркетинга как науки;
8. Основные этапы развития маркетинга в России.
9. Основные цели и задачи маркетинга в современной России.
10. Основным принципам маркетинга в современных условиях.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – написание реферата**

### **РАЗДЕЛ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ**

#### **Тема 4.1. Развитие российской рекламы в условиях рыночной экономики**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

**Формирование рекламного бизнеса как отрасли экономики в стране. Развитие системы маркетинговых коммуникаций в новой России. Рост числа рекламных агентств и интенсификация их деятельности. Конкурсы рекламной продукции. Реклама в электронных СМИ. Политическая реклама. Социальная реклама. Правовое и корпоративное регулирование рекламной сферы. Шедевры современного отечественного рекламного искусства.**

#### **Тема 4.2. Реклама в XXI веке и основные тенденции ее развития**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

*Роль и значение рекламы в XXI в. Глобальные тенденции развития современной рекламы. Виды и жанры современных средств рекламы. Система регулирования рекламного бизнеса. Социальная ответственность рекламистов и саморегулирование рекламной сферы.*

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4**

**Тема практического занятия: «Реклама в XXI веке в России и мире и основные тенденции ее развития»**

**Форма практического задания:** дискуссии; написание реферата

#### **Темы рефератов**

1. Роль и значение рекламы в современной России;
2. Современная отечественная реклама и основные глобальные тенденции ее развития в XXI в.
3. Виды и жанры современной отечественной рекламы;
4. Государственное регулирование рекламной деятельности в России в XXI в.;
5. Корпоративное регулирование рекламной деятельности в России в XXI в.;
6. Особенности восприятия рекламы в отечественных средствах массовой информации;
7. Реклама в российских печатных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
8. Реклама в электронных российских СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
9. Реклама в интернете: технологии, проблемы и перспективы;
10. Политическая реклама в России в XXI в.;
11. Социальная реклама в России в XXI в.;
12. Шедевры современного отечественного рекламного искусства.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – написание реферата

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

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

*Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Курс 2 семестр 3</b>		
<b>Раздел 1. История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института</b>	5	Подготовка реферата
	10	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 2. Зарождение и развитие рекламы в России</b>	6	Подготовка реферата
	10	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 3. Зарождение и развитие маркетинга</b>	6	Подготовка реферата
	10	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 4. Современные тенденции развития рекламы</b>	6	Подготовка реферата
	10	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	63	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	63	



## 3.2. Задания для самостоятельной работы

### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

#### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Какие значения слова «реклама» вы знаете?
2. Какие коммуникативные технологии вам известны?
3. Что такое «протореклама» и какие процессы способствовали ее появлению?
4. Каковы были проявления проторекламы в конфессиональной, социально-политической и ремесленной сферах деятельности?
5. Каковы были античные истоки основных рекламных жанров: афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции?
6. Какую роль играла реклама в различных сферах жизнедеятельности античных полисов?
7. Почему устная реклама стала ведущей формой рекламирования в западноевропейской средневековой культуре?
8. Какую роль играл институт глашатаев в средневековом европейском обществе?
9. Какую роль сыграло изобретение печати в развитии рекламной деятельности?
10. Какова была роль индустриального переворота XIX в. в развитии и расширении потребительских практик?
11. В чем заключалась сущность перелома, произошедшего в развитии рекламного процесса в XIX в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии.
12. Охарактеризуйте особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.

#### Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. «Протореклама»: история появления и развития в период античности;
2. Устная и письменная реклама в эпоху античности;
3. Истоки основных рекламных жанров афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции;
4. Средневековый город как рекламное пространство;
5. Основные условия становления устной рекламы в качестве ведущей формы рекламирования в западноевропейской средневековой культуре;
6. Институт глашатаев. Его роль и значение в средневековом европейском обществе;
7. Способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городских властей средневекового города;
8. Религиозные и цеховые демонстративные акции – прообраз будущих рекламных акций;
9. Маркировка изделий: цеховая и торговая эмблематика, геральдическая символика;
10. Изобретение печати и его роль в развитии рекламной деятельности в средневековой Европе;
11. Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта, прейскуранта, печатного «летучего листка», информационного письма, печатной афиши;
12. Индустриальный переворот XIX в. и его влияние на развитие рекламы;
13. Развитие рекламного процесса в XIX в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии;
14. Реклама как социальный институт общества потребления;
15. Особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.

## Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 450 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04803-6. – Текст : электронный.

Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст : электронный.

## Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Каковы истоки российской «проторекламы»?
2. Какие устные и зрелищные жанры были характерны для российской рекламы в XVII - XVIII вв.?
3. Как проходило развитие прессы и печатной рекламы в России в XIX – начале XX в.?
4. Как развивалась отечественная реклама в первой половине XX в.?
5. Какие изменения в содержании и формах рекламы произошли с переходом к рыночной экономике?
6. Как осуществляется правовое и корпоративное регулирование рекламной сферы в современной России?

### Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Российская «протореклама» и ее истоки;
2. Возникновение рекламы на Руси;
3. Устное фольклорное рекламное творчество на Руси. Ярмарочные рекламные интермедии;
4. Лубочные традиции в российской рекламе;
5. Устные и зрелищные жанры российской рекламы XVII - XVIII вв.;
6. Проблемы вербализации вывесок в XIX в. в России. Живописная вывеска в России: история появления и развития;
7. Роль ежегодных ярмарок в развитии российской рекламы в конце XIX в.;
8. Реклама в российской прессе: история развития;
9. Активизация рекламного процесса в России на рубеже XIX-XX вв.;
10. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX вв.;
11. Государственное регулирование отечественной рекламы в XIX в.;
12. Теоретическое осмысление российской рекламы как социального феномена (конец XIX в. – начало XX в.).

## Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 450 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04803-6. – Текст : электронный.

Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст : электронный.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

1. С чем связано появление теории маркетингового управления?
2. Какие концепции маркетинга Вы знаете?
3. В чем смысл и значение производственной, сбытовой и потребительской концепции?
4. С какими глубинными процессами в механизме развития производства и рынка связана эволюция концепции маркетинга?
5. Раскройте содержание социально-этического маркетинга?
6. Как утверждение рыночной концепции сказалось на организационной структуре управления предприятием?
7. Каково содержание стратегической концепции маркетинга?
8. Какие глубинные изменения в структуре производительных сил общества вызвали к жизни стратегическую концепцию маркетинга?
9. Кто впервые предложил модель «4-Р» и каковы основные элементы, составляющие эту модель?
10. Назовите основные этапы эволюции маркетинга как науки.
11. Охарактеризуйте основные этапы развития маркетинга в России.
12. Когда появилась концепция маркетинга взаимоотношений и каковы ее особенности?
13. Назовите основные цели и задачи маркетинга.
14. Дайте характеристику основным принципам маркетинга.

#### **Перечень тем рефератов к Разделу 3:**

1. Теории маркетингового управления и их эволюция;
2. Особенности влияния глубинных процессов развития производства и рынка на эволюцию маркетинга;
3. Социально-этический маркетинг и его содержание;
4. Стратегическая концепция маркетинга и ее содержание;
5. Глубинные изменения в структуре производительных сил общества и их отражение в стратегической концепции маркетинга;
6. Модель «4-Р» и ее основные особенности;
7. Этапы эволюции маркетинга как науки;
8. Основные этапы развития маркетинга в России.
9. Основные цели и задачи маркетинга в современной России.
10. Основным принципам маркетинга в современных условиях.

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 450 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04803-6. – Текст : электронный.

Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст: электронный.

*Почекаев, Р.Ю.* История связей с общественностью: учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514593> (дата обращения: 16.04.2023).

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 4**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4**

1. Каковы роль и значение рекламы в XXI в.?
2. Каковы основные глобальные тенденции развития современной рекламы?
3. Какие виды и жанры наиболее характерны для современной рекламы?
4. В чем причина стремительной интеграции рекламы с другими средствами маркетинговых коммуникаций?
5. В чем причина роста актуальности социальной ответственности рекламистов?
6. Как осуществляется регулирование рекламной деятельности со стороны государства и потребителя в современных условиях?

##### **Перечень тем рефератов к Разделу 4:**

1. Роль и значение рекламы в современной России;
2. Современная отечественная реклама и основные глобальные тенденции ее развития в XXI в.
3. Виды и жанры современной отечественной рекламы;
4. Государственное регулирование рекламной деятельности в России в XXI в.;
5. Корпоративное регулирование рекламной деятельности в России в XXI в.;
6. Особенности восприятия рекламы в отечественных средствах массовой информации;
7. Реклама в российских печатных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
8. Реклама в электронных российских СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
9. Реклама в интернете: технологии, проблемы и перспективы;
10. Политическая реклама в России в XXI в.;
11. Социальная реклама в России в XXI в.;
12. Шедевры современного отечественного рекламного искусства.

##### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.**

Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 450 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063> (дата обращения: 16.04.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-04803-6. — Текст: электронный.

Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник: [16+] / Л. Е. Трушина. — 2-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 246 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> (дата обращения: 16.04.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03591-3. — Текст: электронный.

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### ***Требования к структуре реферата (доклада):***

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

Основные требования к оформлению:

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале.

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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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



**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел -1 «История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института»	УК-5	Реферат	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. «Протореклама»: история появления и развития в период античности;</li> <li>2. Устная и письменная реклама в эпоху античности;</li> <li>3. Истоки основных рекламных жанров афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции;</li> <li>4. Средневековый город как рекламное пространство;</li> <li>5. Основные условия становления устной рекламы в качестве ведущей формы рекламирования в западноевропейской средневековой культуре;</li> <li>6. Институт глашатаев. Его роль и значение в средневековом европейском обществе;</li> <li>7. Способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городских властей средневекового города;</li> <li>8. Религиозные и цеховые демонстративные акции – прообраз будущих рекламных акций;</li> <li>9. Маркировка изделий: цеховая и торговая эмблематика, геральдическая символика;</li> <li>10. Изобретение печати и его роль в развитии рекламной деятельности в средневековой Европе;</li> <li>11. Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта, прейскуранта, печатного «летучего листка», информационного письма, печатной афиши;</li> </ol>

				<p>12. Индустриальный переворот XIX в. и его влияние на развитие рекламы;</p> <p>13. Развитие рекламного процесса в XIX в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии;</p> <p>14. Реклама как социальный институт общества потребления;</p> <p>15. Особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.</p>
		ОПК-6	Устный опрос	<p>1. Какие значения слова «реклама» вы знаете?</p> <p>2. Какие коммуникативные технологии вам известны?</p> <p>3. Что такое «протореклама» и какие процессы способствовали ее появлению?</p> <p>4. Каковы были проявления проторекламы в профессиональной, социально-политической и ремесленной сферах деятельности?</p> <p>5. Каковы были античные истоки основных рекламных жанров: афиши, плаката, вывески, торговой марки, рекламной акции?</p> <p>6. Какую роль играла реклама в различных сферах жизнедеятельности античных полисов?</p> <p>7. Почему устная реклама стала ведущей формой рекламирования в западноевропейской средневековой культуре?</p> <p>8. Какую роль играл институт глашатаев в средневековом европейском обществе?</p> <p>9. Какую роль сыграло изобретение печати в развитии рекламной деятельности?</p> <p>10. Какова была роль индустриального переворота XIX в. в развитии и расширении потребительских практик?</p> <p>11. В чем заключалась сущность перелома, произошедшего в развитии рекламного процесса в XIX в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии.</p> <p>12. Охарактеризуйте особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.</p>
2.	Раздел -2 «Зарождение и развитие»	УК-5	Реферат	<p>1. Российская «протореклама» и ее истоки;</p> <p>2. Возникновение рекламы на Руси;</p> <p>3. Устное фольклорное рекламное творчество на Руси. Ярмарочные рекламные интермедии;</p> <p>4. Лубочные традиции в российской рекламе;</p>

	<b>рекламы в России»</b>			<p>5. Устные и зрелищные жанры российской рекламы XVII - XVIII вв;  6. Проблемы вербализации вывесок в XIX в. в России. Живописная вывеска в России: история появления и развития;  7. Роль ежегодных ярмарок в развитии российской рекламы в конце XIX в.;  8. Реклама в российской прессе: история развития;  9. Активизация рекламного процесса в России на рубеже XIX-XX вв.;  10. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX вв.;  11. Государственное регулирование отечественной рекламы в XIX в.;  12. Теоретическое осмысление российской рекламы как социального феномена (конец XIX в. – начало XX в.).</p>
		ОПК-6	Устный опрос	<p>1. Каковы истоки российской «проторекламы»?  2. Какие устные и зрелищные жанры были характерны для российской рекламы в XVII - XVIII вв.?  3. Как проходило развитие прессы и печатной рекламы в России в XIX – начале XX в.?  4. Как развивалась отечественная реклама в первой половине XX в.?  5. Какие изменения в содержании и формах рекламы произошли с переходом к рыночной экономике?  6. Как осуществляется правовое и корпоративное регулирование рекламной сферы в современной России?</p>
3.	<b>Раздел -3 «Зарождение и развитие маркетинга»</b>	УК-5	Реферат	<p>1. Теории маркетингового управления и их эволюция;  2. Особенности влияние глубинных процессов развития производства и рынка на эволюцию маркетинга;  3. Социально-этический маркетинг и его содержание;  4. Стратегическая концепция маркетинга и ее содержание;  5. Глубинные изменения в структуре производительных сил общества и их отражение в стратегической концепции маркетинга;  6. Модель «4-P» и ее основные особенности;  7. Этапы эволюции маркетинга как науки;  8. Основные этапы развития маркетинга в России.  9. Основные цели и задачи маркетинга в современной России.  10. Основным принципам маркетинга в современных условиях.</p>

		ОПК-6	Устный опрос	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. С чем связано появление теории маркетингового управления?</li> <li>2. Какие концепции маркетинга Вы знаете?</li> <li>3. В чем смысл и значение производственной, сбытовой и потребительской концепции?</li> <li>4. С какими глубинными процессами в механизме развития производства и рынка связана эволюция концепции маркетинга?</li> <li>5. Раскройте содержание социально-этического маркетинга?</li> <li>6. Как утверждение рыночной концепции сказалось на организационной структуре управления предприятием?</li> <li>7. Каково содержание стратегической концепции маркетинга?</li> </ol>
4.	<b>Раздел 4 «Зарождение и развитие маркетинга»</b>	УК-5	Реферат	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль и значение рекламы в современной России;</li> <li>2. Современная отечественная реклама и основные глобальные тенденции ее развития в XXI в.</li> <li>3. Виды и жанры современной отечественной рекламы;</li> <li>4. Государственное регулирование рекламной деятельности в России в XXI в.;</li> <li>5. Корпоративное регулирование рекламной деятельности в России в XXI в.;</li> <li>6. Особенности восприятия рекламы в отечественных средствах массовой информации;</li> <li>7. Реклама в российских печатных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;</li> <li>8. Реклама в электронных российских СМИ: технологии, проблемы и перспективы;</li> <li>9. Реклама в интернете: технологии, проблемы и перспективы;</li> <li>10. Политическая реклама в России в XXI в.;</li> <li>11. Социальная реклама в России в XXI в.;</li> <li>12. Шедевры современного отечественного рекламного искусства.</li> </ol>
		ОПК-6	Устный опрос	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Каковы роль и значение рекламы в XXI в.?</li> <li>2. Каковы основные глобальные тенденции развития современной рекламы?</li> <li>3. Какие виды и жанры наиболее характерны для современной рекламы?</li> <li>4. В чем причина стремительной интеграции рекламы с другими средствами маркетинговых коммуникаций?</li> </ol>

				<p>5. В чем причина роста актуальности социальной ответственности рекламистов?</p> <p>6. Как осуществляется регулирование рекламной деятельности со стороны государства и потребителя в современных условиях?</p>
--	--	--	--	---

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

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

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
УК-5	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Историческая обусловленность возникновения и развития рекламы;</li><li>2. Роль изобретения печати в развитии рекламной деятельности;</li><li>3. Индустриальный переворот XIX века и коренные изменения в развитии рекламного процесса</li><li>4. Реклама как социальный институт общества потребления;</li><li>5. Влияние идей психологических школ XX века на стратегии рекламных кампаний;</li><li>6. Современная реклама и основные тенденции ее развития в XXI в.</li><li>7. Виды и жанры современной рекламы;</li><li>8. Политическая реклама в России и мире в XXI в.;</li><li>9. Социальная реклама в России и мире в XXI в.;</li><li>10. Миссия и идеологические функции рекламы в современном мире;</li></ol>
ОПК-6	<ol style="list-style-type: none"><li>11. Информационные бюро – предшественники рекламных агентств;</li><li>12. Первые рекламные кампании;</li><li>13. Появление общенациональной рекламы от имени производителей;</li><li>14. Реклама в электронных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;</li><li>15. Постсоветский период развития отечественной рекламы;</li><li>16. Шедевры современного отечественного рекламного искусства.</li></ol>

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

*Савельева, О.О.* Всеобщая история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 450 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04803-6. – Текст: электронный.

*Трушина, Л.Е.* История отечественной и зарубежной рекламы: учебник : [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> (дата обращения: 16.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст: электронный.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

*Почекаев, Р.Ю.* История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514593> (дата обращения: 16.04.2023).

*Фадеева, Е.Н.* Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510852> (дата обращения: 16.04.2023).

*Панкратов, Ф.Г.* Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москв : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499> (дата обращения: 16.04.2023). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>

4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.



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

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

##### 5.4.1. Средства информационных технологий

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

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

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

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

##### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями (указать какими, например, таблицы «Основная грамматика английского языка»), экранно-звуковыми средствами обучения (указать какими, например, CD «Разговорный английский»), демонстрационными материалами (указать какими, например, комплект демонстрационных материалов (фолий) «Страноведение. США»), видеофильмами DVD (указать какими).

**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), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями (указать какими, например, таблицы «Основная грамматика английского языка»), экранно-звуковыми средствами обучения (указать какими, например, CD «Разговорный английский»), демонстрационными материалами (указать какими, например, комплект демонстрационных материалов (фолий) «Страноведение. США»), видеофильмами DVD (указать какими).

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

### **5.6. Образовательные технологии**

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

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			



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

УТВЕРЖДАЮ  
и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий  
Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

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

**Направленность (профиль)  
Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная**

**Москва 2023**

**СОДЕРЖАНИЕ**

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Основы менеджмента**» 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 29.07.2017 №512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Основы менеджмента**» разработана рабочей группой в составе: Шевченко Д.А.  
Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой  
Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

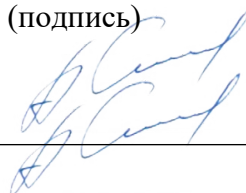
Психология и бизнес Консалтинг групп,  
генеральный директор



И.В. Ниесов

(подпись)

Консалтинговая группа «Орта»,  
генеральный директор



А.А.Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

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



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических приемов переговорного процесса, как объективного и неотъемлемого феномена жизни каждого человека и сообществ людей в целом с последующим применением в профессиональной сфере.

**Задачи** дисциплины:

Познакомить студентов с общей теорией менеджмента в рамках рекламы и связей с общественностью.

Показать взаимосвязь менеджмента и маркетинга, рекламы и связей с общественностью, связь менеджмента организации с необходимостью работы со СМИ в формате журналистике

Раскрыть особенности целей и задач менеджмента, законы и закономерности его воплощения.

Дать характеристику сущности, классификации и этапов управленческих решений. Научить пользоваться механизмами принятия управленческих решений.

Студенты должны научиться понимать сущность и признаки и классификация организации. Четко и ясно представлять себе организационные структуры и ее типы для понимания места и роли в них рекламы и PR.

Понимание основ внутренней среды организации, ее внешнего окружения среда позволяет глубже представить себе функции планирования и прогнозирования развития организации.

Экономический и административный метод управления позволяют понять, как использовать функцию мотивации и стимулирования работы персонала. Понять смысл и важную роль, которую играют стили управления организацией.

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ОПК-7; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные 18 инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой	Знать: запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

		аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Эффекты	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. (общий по УГСН) Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. (по направлению подготовки «Журналистика») Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	Знать: способы оценивания и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности  Уметь: оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Осуществление редакторской деятельности любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	ПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	ПК-3.1. Ставит профессиональные задачи журналистам ПК-3.2. Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов ПК-3.3. Выверяет соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста ПК-3.4. Определяет дедлайны и отслеживает их соблюдение	Знать: редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать  Уметь: осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)



2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося  
 Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетные единицы.  
 Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2	
		Семестр 3	Семестр 4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	110	110	
Лекционные занятия	36	36	
из них: в форме практической подготовки			
Практические занятия	72	72	
из них: в форме практической подготовки			
Консультации / Иная контактная работа	2	2	
из них: в форме практической подготовки			
Самостоятельная работа обучающихся	88	88	
Контроль промежуточной аттестации	18	18	
Форма промежуточной аттестации		Экзамен	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>216</b>	<b>216</b>	

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)  
 Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме	Лабораторные занятия	из них: в форме	Консультации / Иная самостоятельная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Модуль 1 (Курс 2 семестр 3)</b>											
<b>Раздел 1. Введение в общую теорию менеджмента</b>	33	14		6		12				1	
<b>Тема 1.1. Понятие управления и его объект.</b>	17	7		3		6				1	
<b>Тема 1.2. Цели и задачи менеджмента. Законы и закономерности менеджмента. Принципы менеджмента.</b>	16	7		3		6					
<b>Раздел 2. Управленческие решения в менеджменте</b>	32	13		6		12				1	
<b>Тема 2.1. Сущность, классификация, этапы управленческих решений</b>	16	6		3		6				1	
<b>Тема 2.2. Механизмы принятия управленческих решений</b>	16	7		3		6					
<b>Раздел 3. Организационные структуры менеджмента</b>	32	14		6		12					
<b>Тема 3.1. Сущность и признаки и классификация организации</b>	16	7		3		6					
<b>Тема 3.2. Организационная структура и ее типы</b>	16	7		3		6					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме	Лабораторные занятия	из них: в форме	Консультации / Иная самостоятельная работа
<b>Раздел 4. Внутренняя и внешняя среда организации</b>	34	16	6			12				
Тема 4.1. Внутренняя среда организации	17	8	3			6				
Тема 4.2. Внешняя среда организации	17	8	3			6				
<b>Раздел 5. Функции управления</b>	33	15	6			12				
Тема 5.1. Функция планирования и прогнозирования	17	8	3			6				
Тема 5.2. Функция мотивации и стимулирования	16	7	3			6				
<b>Раздел 6. Методы управления менеджментом</b>	28	16	6			12				
Тема 6.1. Экономический и административный метод управления	14	8	3			6				
Тема 6.2. Стили управления	14	8	3			6				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<b>Общий объем, часов</b>	216	88	110	36		72			2	

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Введение в общую теорию менеджмента

Перечень изучаемых элементов содержания.

##### Тема 1.1. Понятие управления и его объект.

Перечень изучаемых элементов содержания. Менеджмент необходим каждой организации. Наличие менеджмента обеспечивает надлежащее функционирование организации. Руководство любой организации планирует деятельность для достижения целей и оптимизации

имеющихся ресурсов с минимальными затратами. Каждая коммерческая организация создается с целью продажи или производства товаров и услуг для получения существенной прибыли. Следовательно, организации сталкиваются с неопределенностями в их деловом цикле. Они включают в себя изменение структуры спроса, колебания денежных рынков, изменение взглядов клиентов и т. д. Чтобы организация получала прибыль, она должна производить товары за счет оптимального использования таких ресурсов, как люди, деньги, материалы и оборудование. Все эти ресурсы могут привести к повышению эффективности и получению более высокой производительности с минимальными усилиями. Более того, произведенные таким образом товары продаются на рынке. Английское слово «менеджмент» (management) в переводе на русский язык означает «управление». В современных условиях термины «менеджмент», «менеджер» легко вошли в наш словарный обиход на смену терминам «управление», «управленческая деятельность», «руководитель», что вполне оправдано, так как менеджмент – это управление в условиях рыночной экономики, в которых субъект хозяйствования должен:

- использовать экономические методы управления;
- ориентироваться на спрос и конъюнктуру рынка;
- производить те виды товаров, которые пользуются большим спросом у покупателей и могут гарантировать получение намеченной прибыли;
- постоянно стремиться к получению оптимальных результатов при минимальных затратах;
- постоянно ориентировать производственные программы на потребности рынка.

Менеджмент – это управление производственным процессом в любой сфере деятельности, результатом которой является получение прибыли как конечного результата, т.е. управление в условиях рыночной экономики. Содержание менеджмента можно рассматривать в трех направлениях: наука и практика управления, организация управления и процесс принятия решения. 1. Менеджмент как область науки, человеческих знаний составляет теоретическую базу практики управления. 2. Менеджмент как организация управления предприятием подразумевает установление постоянных и временных взаимосвязей между подразделениями предприятия, определения порядка и условий функционирования. 3. Менеджмент как процесс принятия управленческих решений рассматривает поддержание непрерывности процесса производства, когда менеджер несет моральную и материальную ответственность за принятое решение, что побуждает его подходить к принятию решения творчески, реалистично и экономично. Менеджмент имеет экономический механизм, направленный на решение конкретных проблем взаимодействия в реализации социально-экономических, технологических, социально-психологических задач, возникающих в процессе хозяйственной деятельности. Экономический механизм менеджмента состоит из трех блоков: внутрифирменное управление, управление производством, управление персоналом.

## **Тема 1.2. Цели и задачи менеджмента. Законы и закономерности менеджмента. Принципы менеджмента.**

Перечень изучаемых элементов содержания. Главная цель менеджмента состоит в обеспечении прибыльности предприятия, путем рациональной организации производственного процесса, включая управление производством и развитие технико-технологической базы, а также эффективное использование кадрового потенциала при одновременном повышении творческой активности и лояльности каждого работника. Именно прибыльность является индикатором производственно-сбытовой политики предприятия, т.е. максимизация прибыли при минимизации затрат и максимизации доходов от результатов производства – выпуска продукции и услуг. Важнейшей задачей менеджмента является организация производства товаров и услуг с учетом потребностей потребителей, на основе имеющихся материальных и людских ресурсов и обеспечение рентабельности деятельности предприятия и его стабильного положения на рынке. К задачам, решаемым в менеджменте, относятся также:

- определение конкретных целей развития фирмы;
- выявление приоритетности целей, их очередности и последовательности решения;
- разработка стратегии развития фирмы – хозяйственных задач и путей их решения;
- выработка системы мероприятий для решения намечаемых проблем на различные временные периоды;
- определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения;
- установление контроля за выполнением поставленных задач.

Выполнение задач менеджмента по

регулированию организации, координации и контролю за производственным процессом и достижение намечаемых целей получают оценку на рынке. Задачи управления непрерывно усложняются по мере роста масштабов производства, требующего обеспечения все возрастающими объемами ресурсов – материальных, финансовых, трудовых и др. В основе менеджмента лежит система экономических законов, закономерностей и принципов управления в условиях рыночных отношений. Законы и закономерности носят объективный характер, т.е. не зависят от воли людей. Различают общие и специфические законы управления. К общим законам управления относятся: • закон специализации управления; • закон интеграции управления; • закон экономии времени. Закон специализации управления. Современное производство основано на использовании новейших технологических процессов, технических средств, высокой степени организации производства и труда, информационных систем. Для управления таким производством необходимы узкоспециализированные знания и навыки в различных областях науки и техники, что приводит к расчленению 12 общих функций, их проявлению в конкретных условиях, на различных уровнях. Менеджмент включает экономические, социально-психологические, правовые и организационно-технические аспекты, поэтому менеджеры должны обладать высоким профессионализмом в области каждого из этих направлений. Закон интеграции управления. Это объединение, с одной стороны, специализированных управленческих действий на различных этапах управления в единый управленческий процесс, а с другой – подразделений в единый производственный организм – предприятие. Предприятия в свою очередь могут объединяться в различные организационные формы рыночной экономики. Пределы этого объединения регулируются рыночными отношениями производства и управления. Интеграционные процессы осуществляются до тех пор, пока они способствуют высоким темпам развития предприятия. Закон экономии времени. Он справедлив не только для сферы материального производства. Всякая экономия в конечном счете сводится к экономии времени. Эффективность управления зависит от быстроты реакции руководителя на ситуацию и от скорости принятия эффективного и рационального решения. В глобальных масштабах закон экономии времени может влиять на уровень экономического развития региона или страны в целом.

### **Тема 1.3. Сущность и признаки и классификация организации**

Перечень изучаемых элементов содержания. Управление осуществляется с помощью основных исходных положений, правил, называемых принципами менеджмента. Каждый уровень экономического механизма менеджмента имеет свои принципы. Ведущим принципом менеджмента выступает принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации управления. При применении этого принципа решается проблема распределения полномочий по принятию решений на каждом уровне соподчинения. Наиболее приемлемым считается вариант, при котором централизованно принимаются стратегические решения, а оперативное управление осуществляется децентрализованно, когда полномочия делегируются низовому звену управления. Это требует проявления высокой координации на всех уровнях хозяйствования. Оптимальное сочетание централизации и децентрализации в менеджменте основано на применении принципов единоначалия и коллегиальности. Единоначалие заключается в том, что всю полноту ответственности за работу организации несет одно лицо – президент фирмы, директор, управляющий. В соответствии с принципом единоначалия каждый работник должен строго отвечать за доверенный ему участок работы. Коллегиальность предполагает привлечение к выработке управленческих решений руководителей различных подразделений. Благодаря коллегиальности обеспечивается более высокая степень объективности и обоснованности решений, что способствует их успешной реализации. Активную жизненную силу в современном производстве приобретает принцип демократизации управления. В результате усложнения процесса труда изменился подход к рабочему. Он становится субъектом производственного процесса. У рабочего с высоким уровнем профессиональной квалификации, образования и общей культуры возникает потребность участвовать в управлении производством. Принцип демократизма предполагает высокую степень участия работников в управлении фирмой, партнерские отношения между предпринимателем и рабочим.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**Тема практического занятия: Основные характеристики менеджмента организации.**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа**

### **Темы контрольных работ**

1. Общая характеристика менеджмента организации
2. Функции и организационная форма предприятия.
3. Характеристика принципов менеджмента, используемые в деятельности предприятия.
4. Законы управления организацией.
5. Принципы управления организацией.
6. Особенности управления персоналом организации.

**Тема практического занятия:** Менеджмент организации: общие характеристик и особенности управления.

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ**

1. Экономическая роль предприятия в современных условиях
2. Актуальность менеджмента в организациях.
3. Основные проблемы управления организацией.
4. Современные методы менеджмента предприятия
5. Проблема управления персоналом.
6. Новые формы управления персоналом
7. Информационное обеспечение управления персоналом.
8. Функции продвижения предприятия в интернет среде.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1 форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **РАЗДЕЛ 2. Управленческие решения в менеджменте.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Решение – это выбор альтернативы. Под управленческим решением можно понимать обдуманый вывод о необходимости осуществить какие-либо действия, прямо или косвенно связанные с достижением целей, стоящих перед организацией и ее членами, либо наоборот, воздержаться от них.

Классификация управленческих решений:

1. По степени влияния на будущее организации решения бывают стратегические и тактические.
2. По временным параметрам: перспективные (на будущее) и текущие (ориентированные на сегодняшний день).
3. По продолжительности периода реализации выделяют долгосрочные (свыше 5 лет), среднесрочные (от 1–3 лет) и краткосрочные (до 1 года) решения.
4. По степени обязанности исполнения решения подразделяются на директивные (разрабатываются высшими органами управления и предназначаются для обязательного исполнения низшим уровнем), рекомендательные (готовятся совещательными органами, их исполнение желательно, но не обязательно) и ориентирующие (предназначены для низших уровней управления).
5. По функциональному назначению выделяют организационные (решения о создании, распределении обязанностей), координирующие (распределение текущей работы среди исполнителей), регулирующие (предписывают способ осуществления тех

или иных действий), контролирующие (служат для оценки результатов).

6. В зависимости от числа участников подразделяются на единоличные и коллективные.

7. По широте охвата выделяются общие (например, распорядок дня) и специальные (относятся к узким проблемам).

8. С точки зрения предопределенности разделяются на запрограммированные (принимаются в стандартных ситуациях) и незапрограммированные (принимаются в неординарных ситуациях).

9. По способу принятия решения подразделяются на интуитивные (основанные на предположении руководителя, здесь риск велик) и адаптивные (основанные на здравом смысле).

## **Тема 2.1. Сущность, классификация, этапы управленческих решений**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Процесс подготовки решения можно разделить на пять основных этапов:

- постановка проблемы;
- выявление альтернативы;
- выбор лучшей альтернативы;
- внедрение решения в практику;
- проверка результатов.

#### **1. Постановка проблемы.**

Для того чтобы принять эффективное решение необходимо точно уяснить суть проблемы. Существует несколько приемов, помогающих понять, действительно ли правильно вы понимаете проблему. Самым простым приемом является – изложение проблемы письменно. Если вы четко смогли написать суть проблемы, то вы на правильном пути.

Второй прием выявления истинной проблемы состоит в том, чтобы первое пришедшее в голову объяснение считать симптомом. Затем задайте себе вопрос: «Чем вызван этот симптом?». Повторяйте этот вопрос, пока не зайдете в тупик. Если вы правильно проанализируете ситуацию, именно здесь корень вашей проблемы. Третий прием заключается в том, чтобы обратиться за помощью к своим друзьям, коллегам.

#### **2. Выявление альтернатив.**

После выявления сути проблемы необходимо найти пути ее решения. Для этого подходит так называемая «мозговая атака».

При «мозговой атаке» дайте волю воображению и запишите любое пришедшее в голову решение, сколь невероятным оно бы ни казалось. В это время критика запрещена. Просто записывайте все идеи.

#### **3. Выбор лучшей альтернативы или альтернатив.**

Для выбора лучшей альтернативы нужно оценить каждую.

Для оценки альтернатив имеются различные способы. Наиболее распространенный – интуиция. Как правило, хорошие руководители обладают этим чувством, но надо отметить, что надеяться стопроцентно на интуицию опасно, как правило, для этого нужен еще

и жизненный, и профессиональный опыт.

Второй способ состоит в оценке и сопоставлении последствий. В этом случае необходимо оценить все варианты их последствия.

Поиск решений проблемы может довести до тупика, поэтому необходимо вовремя остановиться, оценить и принять оптимальное решение.

#### **4. Внедрение решения в практику.**

Как бы хороша ни была выбранная вами альтернатива, она не приведет к результату пока не пройдет испытания делом. Не совершайте ошибки и не проводите ее немедленно в жизнь. Сначала

обдумайте возможные последствия внедрения для других. Затем попытайтесь убедить других в правильности своего решения или

хотя бы добиться их молчаливого согласия.

Если выбранная альтернатива покажется вам неудовлетворительной, обсудите проблему со своим начальником. Часто начальник, который возможно располагает большим опытом и знаниями

по данному вопросу, сможет предложить альтернативу, которую вы не заметили.

#### 5. Проверка результата.

После внедрения решения в практику полезно проверить результат. Причины могут быть следующие:

Если решение хорошее, вы будете знать, что делать, когда столкнетесь с подобной ситуацией.

Если решение плохое, вы будете знать, что не следует делать в следующий раз.

Если решение плохое, вы вскоре после его внедрения приступите к проверке его последствий, иногда можно исправить положение.

На практике хорошие управляющие пытаются составить несколько запасных планов на случай непредвиденных обстоятельств.

## **Тема 2.2. Механизмы принятия управленческих решений**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

На практике применяются следующие виды механизмов принятия решений на производстве:

- общее руководство принятием решения;
- правила принятия решений;
- планы в принятии решений;
- принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия;
- целевые группы и их роль в принятии решений;
- матричный тип взаимодействия.

Первые три составляющие обеспечивают вертикальную взаимосвязь между уровнями управления, последние три горизонтальную связь в координации принимаемых решений

Общее руководство принятием решений предполагает, что процесс решений находится в руках одного линейного руководителя, который подчинен в свою очередь вышестоящему руководителю. Он принимает это решение и несет административную ответственность за его реализацию. Для этого варианта характерна вертикальная иерархическая связь.

Правила принятия решений, или нормативы, обычно разрабатываются и издаются самими организациями. В этих нормативах формируются основные действия и правила поведения в определенных ситуациях. Эти правила имеют целью осуществление координации между различными подразделениями и делятся на оперативные, стратегические, организационные.

Планы являются средством координации деятельности различных подразделений при принятии управленческих решений.

Преимущество планов перед правилами состоит в том, что они являются более гибкими и их легче приспособить к изменяющимся условиям. Руководители подразделений составляют планы и обсуждают его с вышестоящим руководителем, который принимает решение о его реализации. Если в ходе работы происходит отклонение от плана руководство производственного отделения обязано информировать высшее руководство фирмы, которое может принять собственные решения, обязательные для выполнения.

Принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия осуществляется без согласования со своими общими руководителями. Здесь реализуется горизонтальный способ координации в принятии решений в



рамках утвержденных правил и планов. Выбирается определенный специалист, наделенный правом принимать решения в конкретных ситуациях и обсуждать их с руководителями смежных подразделений.

Целевые группы действуют на основе группового взаимодействия и принимают решения, касающиеся конкретных вопросов совместной деятельности для достижения установленных целей. Целевые группы могут создаваться на временной или постоянной основе и иметь в своем составе представителей разных функциональных подразделений и специализированных производственных отделений. Во главе группы назначается руководитель, который наделяется правом принимать решения без согласования с высшим руководством фирмы или общим руководителем. Вместе с тем члены группы продолжают находиться в подчинении у своего руководителя.

В матричных структурах в отличие от двух предыдущих горизонтальных механизмов, руководителю проекта предоставляются линейные права, аналогичные тем, которые даются руководителям функциональных подразделений. Возникает сетевая структура, позволяющая принимать решения во все более усложняющихся условиях, касающихся все более сложных проблем.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Тема практического занятия: 2.1. Сущность, классификация, этапы управленческих решений**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа

**Темы контрольных работ**

1. Способ выявления проблем в менеджменте
2. Методики выявления альтернативы в менеджменте
3. Выбор лучшей альтернативы в менеджменте
4. Внедрение решения в практику в менеджменте
5. Проверка результатов в менеджменте

**Тема практического занятия: 2.2. Механизмы принятия управленческих решений**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Как осуществляется общее руководство принятием решения в менеджменте.
2. Правила принятия решений в менеджменте
3. Планы в принятии решений в менеджменте
4. Принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия в менеджменте
5. Целевые группы и их роль в принятии решений в менеджменте
6. Матричный тип взаимодействия в менеджменте

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

**РАЗДЕЛ 3. Организационные структуры менеджмента.**

**Перечень изучаемых элементов содержания.**

Под организацией понимается группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей. Если бы люди не объединялись в организации, то не возникла бы потребность в менеджменте.

Мир менеджмента основан на организациях. Исходя из определения, можно выделить обязательные признаки организации:

1. Наличие цели, к достижению которой стремятся ее члены. Цель объединяет и сплачивает их, придает смысл существованию организации, определенность и конкретную направленность ее действиям. Без цели нет и не может быть организации.

2. Люди, входящие в данную организацию, которые составляют ее основу. Без людей нет организации. Организация живет и функционирует только потому, что в ней есть люди. Люди в организации создают ее продукт, они формируют культуру организации, ее внутренний климат, от них зависит то, чем является организация. Причем для организации характерно наличие вполне определенного круга лиц, т.е. фиксированной принадлежности именно к данной организации.

3. Наличие границ, отделяющих организацию от внешнего окружения, т.е. обособленность организации, выражающаяся в замкнутости внутренних процессов, что в свою очередь определяет наличие внешней и внутренней среды организации. Любая организация находится и функционирует в среде. Каждое действие организации возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление.

4. Целостность образования, состоящего из совокупности взаимодействующих элементов по переработке ресурсов (предметы и средства труда, люди, информация) в продукт труда, в связи с чем об организации можно говорить, как о системе. Любая организация может быть представлена как открытая система, встроенная во внешний мир. На входе организация получает ресурсы из внешней среды, на выходе она отдает ей созданный в организации продукт. Поэтому жизнедеятельность организации состоит из трех основополагающих процессов:

- получение сырья или ресурсов из внешнего окружения;
- изготовление продукта;
- передача продукта во внешнюю среду.

Все эти три процесса являются жизненно важными для организации. Если хотя бы один из процессов прекращается, организация далее уже не может существовать.

5. Саморегулирование. Действия людей в организации управляются самой организацией, т.е. нет необходимости управляющего воздействия извне. Саморегулирование, т.е. управление в организации по координации деятельности ее членов и обеспечение их единства осуществляется с помощью внутриорганизационного центра.

### **Тема 3.1. Сущность и признаки и классификация организации**

Многообразие организаций классифицируют по различным критериям. Так, в частности:

1. По характеру взаимных отношений между организацией в целом и ее членами (или по статусу организации по отношению к своим членам):

- первичные (верховенство организации над ее членами);
- вторичные (верховенство членов над организацией).

Первичность означает, что организация для объединяемых ею людей выступает как некая внешняя данность, образованная и существующая от них. Включаясь в уже действующую организацию, люди признают ее главенство над собой, невозможность влиять на решение ее главенства над собой, невозможность влиять на решение принципиальных вопросов; подчиняются ее требованиям; действуют в соответствии с установленными ею правилами, что и свидетельствует о первичности и абсолютной приоритетности организации над ними. Примерами первичной организации могут служить военная организация, государственное учреждение, которые как структуры возникают на основе решения вышестоящих инстанций, а затем уже заполняются людьми.

Вторичные организации создаются, наоборот, их членами, наделяющими их определенными правами и ресурсами, устанавливающими «правила игры», которым на определенных условиях готовы подчиняться. Формы вторичных организаций – корпоративные и ассоциативные.

К корпоративным организациям относятся те, члены которых готовы для достижения своих целей в определенной степени жертвовать собственной самостоятельностью и наделяют организацию некоторой независимостью от участников и временным приоритетом по отношению к ним. Примером такого рода организации является акционерное общество, которое в промежутке между собраниями участников диктует им свою волю, а последние подчиняются ее решениям. В то же время на самом собрании они определяют судьбу организации, стратегию и перспективы ее развития. Поэтому приоритет корпорации является условным.

Организация ассоциативного типа создается своими членами для повседневной координации их деятельности без потери ими самостоятельности, поэтому не обладает даже условным приоритетом над ними. Решения здесь принимаются со всеобщего согласия и неукоснительно действует принцип увязки интересов. Это обеспечивает преобладание интересов членов организации над интересами самой организации. Пример тому хозяйственные товарищества, Совет безопасности ООН.

2. По особенностям взаимодействия отдельных элементов внутри организации и организации в целом с внешней средой:

- механические;
- органические.

Сами названия отражают основные черты этих форм. Применение термина «механический» к организации используется для того, чтобы показать, что система функционирует наподобие машинного механизма, предназначенного для производительных операций. Термин «органический» как бы придает организации 26 качества живого организма, свободного от недостатка механической структуры.

Механическая организация характеризуется незыблемостью границ, официальным характером отношений, всесторонней регламентацией и запрограммированностью деятельности, использованием формальных правил и процедур, централизованным принятием решений, узко определенной ответственностью в работе и жесткой иерархией власти в организации. С такими характеристиками организация может действовать эффективно в условиях, когда используется рутинная технология (низкая неопределенность того, когда, где и как выполнить работу) и имеется несложное и нединамичное внешнее окружение.

Сегодняшняя жизнь характеризуется неустойчивостью хозяйственной конъюнктуры, неопределенностью ситуаций, постоянной сменой приоритетов, связей, ориентиров. В таких условиях больше возможности добиться успеха имеют органические организации. Они характеризуются такими признаками как размытость границ, значительная самостоятельность отдельных звеньев, их широкая специализация, слабая иерархичность, немногочисленность правил и процедур, свобода выбора вариантов деятельности, оценка результатов на основе реального рыночного эффекта, а не централизованно установленных показателей, преобладание неформальных отношений. Это придает органическим организациям большую гибкость, маневренность, оперативность в работе, дает членам дополнительные стимулы к труду. Они лучше механических взаимодействуют с окружением и приспосабливаются к постоянным изменениям в нем.

При органическом подходе, в силу отсутствия ясных оценок и стандартов, работником движет самомотивация и внутреннее вознаграждение, чем четко разработанная система формального контроля. В то же время и органические организации не свободны от многих недостатков, поэтому на практике в зависимости от характера производственной и хозяйственной деятельности, традиций, способностей коллектива и руководства часто имеет место разумное сочетание обеих форм.

3. С точки зрения легитимности, т.е. юридически узаконены либо без юридической фиксации организации:

- официальные;
- неофициальные.

Официальные создаются для решения конкретных производственных, хозяйственных и иных задач, являются юридически узаконенными, существуют в определенном правовом пространстве, и их деятельность регулируется соответствующими нормативными актами.

Неофициальные организации складываются стихийно и существуют как совокупность юридически не зафиксированных, в основном неслужебных контактов между людьми, преследующими определенные личные цели, достижение которых не обеспечивается их членством в официальных организациях.

Организации классифицируются и по другим основаниям. Гражданский Кодекс, в частности, подразделяет:

- исходя из основной цели организации на коммерческие (извлечение максимальной прибыли) и некоммерческие (без таковой цели);
- по организационно-правовым формам на хозяйственные товарищества (полное, на вере и т.д.), общества (общества с ограниченной или дополнительной ответственностью, акционерные общества открытого и закрытого типа), кооперативы, общественные объединения, учреждения и т.д.;
- по характеру собственников на государственные, муниципальные, частные.

### **Тема 3.2. Организационная структура и ее типы**

Организационная структура – это состав, взаимосвязь и соподчиненность самостоятельных управленческих подразделений и отдельных должностей, выполняющих функции управления [18]. Структура управления определяется составляющими ее звеньями и иерархическими ступенями управления. Структура должна обеспечивать единство устойчивых связей между его составляющими и надежное функционирование системы в целом

Линейная структура. Это одна из наиболее простых структур. В ней используются принципы централизма и единоначалия. Во главе каждого коллектива стоит руководитель, который подотчетен вышестоящему руководителю. Руководитель несет ответственность за результаты работы коллектива. Подчиненные выполняют распоряжения только своего непосредственного руководителя. Вышестоящий руководитель не может отдавать распоряжения работникам, минуя их непосредственного начальника. В процессе управления предприятием формируется иерархия руководителей (например, генеральный директор – директор по производству – начальник – мастер – бригадир).

Достоинства:

- оперативность принятия и реализации управленческих решений;
- относительная простота управления;
- обеспечение единства распорядительства сверху вниз;
- согласованность действий исполнителей.

Недостатки:

- перегрузка руководителей;
- высокая компетенция руководителя;
- нехватка времени для разработки инновационных проектов.

Функциональная структура. В этой структуре специалисты одного профиля объединяются в специализированные структурные подразделения. Например, специалисты по планированию работают в плановом отделе, специалисты по финансам – в финансовом отделе, специалисты по маркетингу – в отделе маркетинга. Управление, начиная со среднего звена, строится по функциональному признаку.

Достоинства:

- специализация руководителей и специалистов повышает качество принимаемых управленческих решений;
- освобождение линейных руководителей от несвойственных им функций.

Недостатки:

- отсутствие тесных взаимосвязей на горизонтальном уровне управления;

- перестает действовать принцип единоначалия, поскольку исполнитель может получать указания от нескольких функциональных руководителей;
- нечеткая ответственность, так как тот, кто готовит решение, обычно не участвует в его реализации.

Линейно-функциональная структура. Особенностью данной структуры является то, что управление осуществляется линейными и функциональными руководителями. У линейного руководителя появляется особый штат (штаб), состоящий из управленческих подразделений (отделов, служб, групп, отдельных специалистов), которые специализируются на выполнении какой-то одной функции управления. При этом линейный руководитель имеет полноту власти по всем объектам и функциям управления. В данной структуре объединяются преимущества линейной и функциональной структур. К недостаткам структуры относится то, что происходит расширение аппарата управления, его бюрократизация, увеличивается время принятия решений из-за необходимости согласований, сохраняется проблема координации функциональных служб.

Дивизиональная структура.

В данной структуре используется демократический принцип управления. Централизация стратегических решений на высшем уровне управления сочетается с самостоятельной деятельностью низовых подразделений (дивизионов). Высшее руководство компании (президент, правление, совет директоров) определяет долговременные ориентиры и ответственность за получение прибыли. Структура часто используется международными компаниями, имеющими отделения в различных странах.

Дивизиональная структура управления имеет ряд разновидностей. К основным из них относятся следующие типы:

- региональная;
- продуктовая;
- потребительская
- проектная структура.

Структура, являющаяся одной из разновидностей адаптивных структур и называемая иногда проектной организацией, используется в фирмах с оперативно обновляющимся ассортиментом продукции.

Проектная структура системы на предприятии создаётся для решения конкретной задачи. Её особенность в том, что исполнители по всем сферам деятельности предприятия непосредственно подчинены руководителю проекта, и это временная структура.

Матричная структура.

Матричная структура – это разновидность адаптивной организационной структуры, представляет собой комбинацию проектной структуры с функциональной. При матричной организации члены проектной группы подчиняются руководителю проекта и руководителям функциональных отделов, в которых они работают.

Руководитель проекта обладает проектными полномочиями и отвечает за интеграцию всех видов деятельности и ресурсов, относящихся к проекту, координирует деятельность функциональных служб в целях эффективного своевременного выполнения заказа, т.е. отвечает за выполнение комплекса работ в целом.

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия: 3.1. Сущность, классификация, этапы управленческих решений**

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа

Темы контрольных работ

1. Общее понимание организационной структуры.
2. Обязательные признаки организации.
3. Роль и значение цели в организации.
4. Роль людей в организации как работников.

5. Признак организации наличие внешних границ между средой
6. Жизнедеятельность организации (получение сырья, изготовление продуктов, передача продуктов в внешнюю среду).
7. Саморегулирование в организации.

### **Тема практического занятия: 3.2. Организационная структура и ее типы.**

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа,

Темы контрольных работ

1. Как можно классифицировать отношений между участниками (работниками и руководителями) в зависимости от их статуса.
2. Характеристика первичных и вторичных организаций.
3. Характерные особенности организационной структуры организации.
4. Характеристика линейной структуры
5. Характеристика линейно-функциональной структуры
6. Характеристика дивизиональной структуры
7. Характеристика проектной структуры
8. Характеристика матричной структуры
9. Характеристика бригадной структуры

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **РАЗДЕЛ 4. Внутренняя и внешняя среда организации**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

#### **Тема 4.1. Внутренняя среда организации**

Перечень изучаемых элементов содержания.

Внутренняя среда организации – это среда, которая определяет технические и организационные условия работы организации.

Внутренняя среда организации формируется в зависимости от ее миссии и целей, которые, в свою очередь, во многом определяются внешней средой.

Составляющими внутренней среды являются:

1. Цели – конкретное конечное состояние или желаемый результат, которые стремятся добиться группа, работая вместе. Организация – это группа людей с осознанными общими целями.
2. Структура организации – логические взаимоотношения уровней управления и функциональных областей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации.
3. Задачи – предписанная работа, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки. Задачи предписываются не работнику, а его должности. На основе решения руководства о структуре каждая должность включает ряд задач, которые рассматриваются как необходимый вклад в достижение целей организации.
4. Технологии – средства преобразования сырья, будь то люди, информация или физические материалы, в искомые продукты или услуги. Выполнение задачи включает использование конкретной технологии как средства преобразования материала на входе, в форму на выходе.
5. Сотрудничество. Технология не может быть полезной и задача не может быть выполнена без сотрудничества людей. Это главная переменная, т.к. организация – это прежде всего люди, которые и принимают решения и проводят его в жизнь.

#### **Тема 4.2. Внешняя среда организации**

## **Перечень изучаемых элементов содержания**

Внешняя среда организации – это условия и факторы, возникающие независимо от ее деятельности и оказывающие существенное воздействие на нее. Внешние факторы разделяются на среду прямого воздействия, среду косвенного воздействия, международное окружение

**Среда прямого воздействия.**

Первым фактором являются поставщики. Организация – это механизм преобразования входов и выходов. Основные разновидности входов – это материалы, оборудование, энергия, капитал и рабочая сила. Зависимость между организацией и сетью поставщиков, обеспечивающих ввод указанных ресурсов – один из наиболее ярких примеров прямого воздействия среды на операции и успешность деятельности организации.

Законы и государственные органы. Каждая организация имеет свой правовой статус, являясь единоличным владельцем компании, и именно это определяет, как организация может вести свои дела и какие налоги должна платить. Организация обязана соблюдать не только федеральные и штатные законы, но и требования органов государственного регулирования.

Потребители. Единственная цель любого бизнеса – это создавать потребителя. Выживание и оправдание существования организации зависит от ее способности находить потребителя результатов ее деятельности и удовлетворять его запросы. Потребители, решая какие товары и услуги для них желательны определяют для организации почти все, относящиеся к результатам ее деятельности. Необходимость удовлетворения потребностей покупателей влияет на взаимодействия организации с поставщиками материалов и трудовых ресурсов.

Конкуренты – это внешний фактор. Руководство знает, если не удовлетворять нужды потребителей так же эффективно, как это делают конкуренты, предприятию долго не жить.

**Среда косвенного воздействия.**

Факторы косвенного воздействия обычно не влияют на операции организации также заметно, как факторы прямого воздействия. Тем не менее, руководству необходимо учитывать их. Она обычно сложнее, чем среда прямого воздействия. Руководство зачастую вынуждено опираться на предположение о такой среде, основываясь на неполной информации в попытках спрогнозировать возможные последствия для организации.

Первой составляющей являются технологии. Технология является одновременно внутренней переменной и внешним фактором. Технологические нововведения влияют на эффективность, с которой продукты можно изготавливать и продавать, на скорость устаревшего продукта, на то как можно собирать, хранить и распределять информацию, а также на то, какого рода услуги и новые продукты ожидают потребители от организации. Организация, имеющая дело непосредственно с технологиями высокого уровня, должна быстро реагировать на новые разработки и внедрять их в свое производство.

Социокультурные факторы. Любая организация функционирует по меньшей мере в одной культурной среде. Поэтому социокультурные факторы, в числе которых преобладают установки, жизненные ценности и традиции, влияют на организацию.

Политические факторы. Некоторые аспекты политической обстановки представляют для руководителей особое значение. Это настроение администрации, законодательных органов и судов в отношении бизнеса.

**Международное окружение.**

Среда, действующая на международном уровне, отличается повышенной сложностью.

Предприятия могут проникать на международные рынки разными путями.

1. Экспорт. Самый простой путь. Хотя организация продолжает производить всю продукцию в своей стране, она может для координации экспорта создать независимую торговую компанию, которая будет облегчать заключение сделок с иностранными покупателями.

2. Лицензирование. Предприятие может продать лицензию на производство своей продукции иностранной компании или государству посредством соглашения о лицензионных платежах.

3. Совместные предприятия. Организация совместного предприятия заключается в том, что две или большее число частных компаний или государств вкладывают средства в производственные мощности. Участники являются равными партнерами в деле и получают прибыль в зависимости от доли пакета акций каждого в совместном предприятии.

4. Прямые капиталовложения. Наиболее сильная приверженность международному бизнесу возникает тогда, когда руководство решает выпускать продукцию своей фирмы за границей и сохранить полный контроль за производством, маркетингом, финансами и другими ключевыми функциями.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4**

### **Тема практического занятия: 4.1. Внутренняя среда организации**

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа

#### **Темы контрольных работ**

1. Содержание и характерные особенности внутренней среды организации
2. Составляющие внутренней среды.
3. Цели, как конкретное конечное состояние
4. Характеристика структуры организации
5. Основные задачи, стоящие перед организацией.
6. Фактор технологий, как средства преобразования сырья
7. Фактор сотрудничества внутри организации

### **Тема практического занятия: 4.2. Внешняя среда организации**

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ**

1. Описание внешней среды организации на примере выбранной вам организации
2. Среда прямого воздействия на организацию
3. Первым фактор организации - поставщики.
4. Роль и значение законов и государственных органов
5. Потребители. Единственная цель любого бизнеса – это создавать потребителя
6. Конкуренты – это внешний фактор.
7. Среда косвенного воздействия.
8. Первой составляющей являются технологии.
9. Роль социокультурных факторов
10. Роль политических факторов
11. Роль международного окружения
12. Роль и значение экспорта
13. Роль и значение лицензирования
14. Характеристика совместных предприятий

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

## **РАЗДЕЛ 5. Функции управления**

Перечень изучаемых элементов содержания.

Функция управления – это обособленный вид деятельности, который объективно необходим для реализации целей функционирования; однородный вид деятельности, реализуемый путем принятия решения.



Классификация функций управления, обусловленная содержанием процесса управления, позволяет выделить следующие функции: планирования и прогнозирования, организации, координирования и регулирования, мотивации и контроля.

## **Тема 5.1. Функция планирования и прогнозирования**

### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Функции управления всегда направлены на достижение целей управления. Поскольку цель управления формируется в рамках функции «планирование – прогнозирование», можно сказать, что данная функция в системе функций управления предприятием является центральной.

Функция планирования служит основой для принятия управленческих решений и представляет собой управленческую деятельность, которая предусматривает выработку целей и задач управления производством, а также определение путей реализации планов для достижения поставленных целей.

Прогнозирование предшествует планированию и ставит своей задачей научное предвидение развития производства, а также поиск решений, которые обеспечивают развитие производства в оптимальном режиме.

Сам процесс планирования проходит в четыре этапа:

- разработка общих целей;
- определение конкретных, детализированных целей на заданный период;
- определение путей и средств их достижения;
- контроль за достижением поставленных целей путем сопоставления плановых показателей с фактическими и корректировку целей.

Существует три способа планирования: от достигнутого уровня, оптимальное и адаптивное.

Наиболее простой способ – планирование от достигнутого уровня. Он не нацеливает коллектив на изыскание резервов повышения эффективности производства.

Более прогрессивный способ – оптимальное планирование. Его цель – достижение наиболее высоких результатов.

Адаптивное планирование позволяет гибко реагировать на изменения во внешней среде, т.е. учитывать их и эффективно к ним приспособливаться.

Планирование в зависимости от направленности и характера задач организации бывает стратегическим или перспективным;

- среднесрочным;
- тактическим или
- текущим.

Целью стратегического планирования является комплексное обоснование проблем, с которыми может столкнуться организация в перспективе. На этой основе определяются показатели, с которыми может столкнуться организация. Цели долгосрочных планов реализуются через программы, годовые планы, планы прибылей.

Среднесрочные планы охватывают пятилетний срок. В них отражаются количественные показатели, в том числе распределение ресурсов, сведения о производстве, капиталовложениях и источниках финансирования.

Текущее планирование охватывает детальные разработки оперативных планов для организации в целом и ее отдельных подразделений. Текущий производственный план состоит из календарных планов. В них детально конкретизируются цели и задачи.

Оперативный план, выраженный в денежной форме, представляет собой финансовый план.

Крупные организации, как правило, планируют «сверху вниз».

Прогнозирование как функция управления дает руководству представление о том, какими способами можно достичь цели и что будет получено в конечном итоге.

Прогнозирование как функция управления является фундаментальной основой предпринимательской и управленческой деятельности в разных сферах при выполнении соответствующих ей функций.

## **Тема 5.2. Функция мотивации и стимулирования**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Суть понятия мотивации и основные ее задачи.

Мотивация – это совокупность движущих сил, побуждающих человека к выполнению определенных действий. Как основная функция менеджмента мотивация связана с процессом побуждения подчиненных к деятельности через формирование мотивов поведения для достижения личных целей и целей организации

Задачи, которые может решать руководство с помощью мотивации:

- признание труда сотрудников, добившихся высоких результатов, в целях дальнейшего стимулирования их активности;
- демонстрация одобрительного отношения фирмы к высоким результатам труда сотрудников;
- популяризация получивших признание результатов труда;
- применение различных форм признания заслуг;
- улучшение морального состояния работников через соответствующую форму признания;
- обеспечение процесса повышения трудовой активности.

Классификация потребностей.

Потребности людей классифицируют по различным признакам

По происхождению потребности бывают естественными и культурными. В естественных потребностях выражается зависимость человека от условий, необходимых для сохранения и поддержания его жизни. Культурные потребности отражают зависимость активной деятельности человека от продуктов человеческой культуры, их корни находятся в истоках человеческой истории.

По природе различают потребности первичные и вторичные.

Первичные потребности являются физиологическими и, как правило, врожденными (потребности в пище, воде). Вторичные – психологические (потребности в успехе, уважении, привязанности,

По характеру предмета потребности бывают материальные и духовные. В материальных потребностях проявляется зависимость человека от предметов материальной культуры (потребность в пище, одежде, жилище), в духовных – от продуктов общественного сознания (выражаются в усвоении духовной культуры). Человек испытывает потребность поделиться с другими мыслями и чувствами, читать газеты, книги и журналы, смотреть кинофильмы, слушать музыку и т.д.

Следует особо выделить духовную потребность человека в общении. Духовные и материальные потребности неразрывно связаны.

По степени осознания человеком потребности могут быть осознанными и неосознанными.

По отнесенности потребностей ко внутренней или внешней сфере развития их классифицируют на индивидуальные, социальные и смешанные (индивидуально-социальные).

Стимулы (от лат. stimulus – остроконечная палка, которой подгоняли животных) имеют большое значение в мотивационном процессе. Стимулы – это внешние раздражители, способствующие повышению интенсивности определенных мотивов в действиях.

Стимулами являются вознаграждение, повышение по службе, управленческое воздействие руководителя, страх, ответственность, стремление к самовыражению и многие другие. Таким образом, стимулы – это блага (предметы, ценности и т.п.), которые могут удовлетворить потребности человека при выполнении им определенных действий.

Отличие стимулов от мотивов заключается в том, что стимулы характеризуют определенные блага, а мотивы – стремление человека получить их.

В процессе мотивации работников стимулирование выполняет несколько функций:

- экономическую, так как эффективное стимулирование работника способствует повышению общей производительности труда, т.е. решению экономических задач;
- социальную, поскольку, получая доходы, работник обеспечивает себе определенный комплекс экономических и социальных благ, занимает определенное место в социальной структуре коллектива и общества в целом;
- социально-психологическую, так как стимулирование влияет на формирование внутреннего мира работника – его
- потребностей и ценностей, ориентации и установок, мотивов трудового поведения и отношения к труду;
- нравственно-воспитательную – через формирование нравственных качеств личности работника.

Рассмотренные функции стимулирования комплексно воздействуют на трудовое поведение и мотивацию работников.

Классификация стимулов.

Классифицируют стимулы по различным признакам

По субъектам интересов различают три группы тесно взаимосвязанных стимулов: общественные, коллективные и индивидуальные.

В основе общественного стимулирования лежат интересы общества (общегосударственные интересы), призванные поощрять те или иные виды трудовой деятельности, наиболее соответствующие политике государства в различных сферах общественной жизни.

Коллективные стимулы связаны с воздействием на размер доходов предприятия, его подразделений, целевых и производственных групп. С развитием рыночных отношений коллективными стимулами все в большей степени становятся цены и прибыль предприятия.

Структура индивидуальных стимулов в целом совпадает со структурой материальных и нематериальных стимулов.

В зависимости от того, на удовлетворение каких потребностей работника направлены стимулы, их делят на материальные и нематериальные.

Материальные стимулы основаны на имущественных интересах работников; в этой связи различают стимулы денежные и

К нематериальным стимулам относятся воздействия, связанные с социальными, моральными, творческими и другими потребностями работника.

Социальные стимулы связаны со стремлением людей участвовать в управлении, продвигаться по служебной лестнице, заниматься престижным трудом.

Моральные стимулы связаны с потребностями человека в признании и уважении, нравственном одобрении. Они проявляются в таких формах, как оценка работы руководителем, устная и письменная благодарность, почетные звания, ученые степени, дипломы, публикации в прессе, правительственные награды и др.

Творческие стимулы рассчитаны на удовлетворение потребностей работника в творческой самореализации. К ним относятся поручение работникам сложных и ответственных творческих заданий, самостоятельный характер работы, возможность самостоятельно планировать порядок выполнения заданий, участвовать в совместном обсуждении проблем подразделения и предприятия.

Социально-психологические стимулы связаны с потребностью в общении. Коллеги по работе не только являются субъектами общения, но и в общем выполняют функцию социально-психологического стимулирования, создавая, соответственно, благоприятный или негативный моральный климат в коллективе.

Стимулы самоутверждения относятся к внутренним движущим силам человека, побуждающим его к достижению поставленных целей без прямого внешнего воздействия. Это самые сильные стимулы из известных, однако они проявляются только у наиболее развитых, честолюбивых, целеустремленных людей.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5**

**Тема практического занятия: 5.1. Функция планирования и прогнозирования**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа**

### **Темы контрольных работ**

1. Функция планирования служит основой для принятия управленческих решений.
2. Прогнозирование предшествует планированию в организации
3. Процесс планирования проходит в четыре этапа.
4. Существует три способа планирования: от достигнутого уровня, оптимальное и адаптивное.
5. Планирование в зависимости от направленности и характера задач организации бывает стратегическим или перспективным;
6. Целью стратегического планирования организации
7. Среднесрочные планы охватывают пятилетний срок.
8. Текущее планирование охватывает детальные разработки оперативных
9. Оперативный план всегда связан с прогнозированием.
10. Крупные организации, как правило, планируют «сверху вниз».

**Тема практического занятия: 5.2. Функция мотивации и стимулирования**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа**

### **Темы контрольных работ**

1. Суть понятия мотивации и основные ее задачи.
2. Задачи, которые может решать руководство с помощью мотивации
3. Потребности людей классифицируют по различным признакам
4. По происхождению потребности бывают естественными и культурными.
5. По природе различают потребности первичные и вторичные.
6. По степени осознания человеком потребности могут быть осознанными и неосознанными.
7. Отличие стимулов от мотивов
8. Классификация стимулов.
9. По субъектам интересов различают три группы тесно взаимосвязанных стимулов
10. Коллективные стимулы связаны с воздействием на размер доходов предприятия
11. Материальные стимулы основаны на имущественных интересах работников
12. Социальные стимулы связаны со стремлением людей участвовать в управлении
13. Моральные стимулы связаны с потребностями человека в признании и уважении
14. Творческие стимулы рассчитаны на удовлетворение потребностей работника в творческой деятельности
15. Социально-психологические стимулы связаны с потребностью в общении.
16. Стимулы самоутверждения относятся к внутренним движущим силам человека

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5**

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

## **РАЗДЕЛ 6. Методы управления менеджментом**

Перечень изучаемых элементов содержания.

В основе экономического метода управления в условиях рыночной экономики лежит коммерческий расчет. Его суть заключается в соизмерении затрат и результатов хозяйственной деятельности организации и обеспечении прибыльности.

**Тема 6.1. Экономический и административный метод управления**

Перечень изучаемых элементов содержания.

Коммерческий расчет осуществляется посредством сокращения издержек производства, применения прогрессивных форм ценообразования и финансирования. Каждый из названных инструментов имеет особенности использования.

Цены по структуре и уровню приспособляются к требованиям и условиям рынка. Снижение затрат осуществляется применением инновационных технологий и средств производства, выпуском новой продукции, повышением производительности труда и т.д.

В области финансирования и кредитования заранее определяются источники финансирования и определения капитала по производственным подразделениям, получения займов и кредитов на выгодных условиях.

От степени оперативной самостоятельности зависит финансово-экономическое положение подразделения. В рамках предоставленных полномочий руководитель подразделения принимает самостоятельные оперативные решения и выбирает пути реализации, за эти решения он несет ответственность как административную, так и материальную.

При внутрипроизводственном расчете, как правило, договоры на поставку товаров не заключаются.

Отношения между предприятиями и подразделениями складываются на основе календарных планов поставок и взаимных обязательств по количеству и качеству поставляемых товаров, срокам поставок и ценам.

Предприятия и подразделения наделены основными и оборотными средствами. Перед организацией подразделения отчитываются по показателям рентабельности, прибыли и доли на рынке.

Для расчетов в бухгалтерии организации открывается расчетный счет каждого такого подразделения.

Ценообразование. По сути в ценах отражаются все стороны экономической деятельности организации. В ценообразовании соединяются, с одной стороны, регулирующие факторы, а с другой – рыночная конкуренция.

Финансовая политика. Финансовая политика затрагивает все стороны экономической деятельности – производственную, научно-техническую, материально-техническое снабжение, сбыт.

Займы и кредиты – это внешние источники финансирования.

Они могут быть получены от коммерческих банков, финансовых групп (фондов, агентств и т.п.), международных финансовых организаций, государственных организаций, которые или сами предоставляют средства, или выступают гарантами кредитования. Источниками внешнего финансирования являются также продажа акций и формирование акционерного капитала

## **Тема 6.2. Стили управления**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

В теории менеджмента различают несколько стилей руководства. Стиль руководства – это совокупность приемов поведения руководителя по отношению к подчиненным.

Авторитарный стиль руководства (от лат. *auctoritas* – власть, влияние) – властный, основанный на стремлении утвердить свое влияние, авторитет, стиль руководства.

При авторитарном стиле менеджер привержен формальному характеру взаимоотношений с подчиненными. Он предоставляет своим сотрудникам лишь минимум информации, поскольку никому не доверяет. При первом благоприятном случае старается избавиться от сильных работников и талантливых людей. В то же время, по его мнению, лучшим работником является тот, кто умеет понимать мысли начальника. В такой атмосфере процветают сплетни, интриги и доносы.

Демократический стиль руководства (от греч. *demos* – народ и *kratos* – власть). Этот стиль основан в первую очередь на инициативе коллектива, а не руководителя. Демократический стиль руководства обеспечивает активное и равноправное участие всех сотрудников в обсуждении намечаемых к реализации целей, определении задач и выборе исполнителей для их решения.

Руководитель старается быть объективным к подчиненным, подчеркивая свою причастность к мнению коллектива.

Демократический стиль руководства предполагает взаимодействие. У руководителя и подчиненного в этом случае возникает чувство доверия и взаимопонимания. Хорошо знающий дело и обстановку в коллективе, руководитель-демократ при осуществлении контроля обращает особое внимание на конечный результат работы.

Либеральный стиль руководства (от лат. *liberalis* – свободный). Этот стиль предполагает склонность к излишней терпимости, снисходительности, нетребовательности.

Данный стиль руководства отличается полной свободой индивидуальных и коллективных решений сотрудников при одновременно минимальном участии руководителя, который, по существу, самоустраивается от руководящих функций. Обычно в такой роли выступают люди недостаточно компетентные. Менеджер-либерал обычно предпринимает какие-нибудь решительные действия только по указаниям вышестоящего руководства и стремится уклониться от ответственности за полученные неудовлетворительные результаты. Для укрепления своего авторитета он предоставляет подчиненным различные льготы, выплачивает незаслуженные премии. Главное либерала – поддержание хороших отношений с подчиненными, а не результат работы.

Создается подобие семейной обстановки, в которой все дружат и чувствуют себя расслабленно. Психологический комфорт обволакивает работников и отодвигает на второй план дело.

Власть и типы власти. Власть – возможность оказывать определенное влияние на поведение людей с помощью права распоряжаться.

Власть и влияние являются средствами, которыми располагает руководитель для решения разнообразных деловых ситуаций. Поскольку менеджер имеет власть над подчиненными, они зависимы от него по вопросам объема выполняемой работы, расширения полномочий, продвижения по службе, повышения заработной платы, удовлетворения социальных потребностей.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6**

**Тема практического занятия: 6.1 Экономический и административный метод управления**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа**

**Темы контрольных работ**

1. Специфика осуществления коммерческого расчета
2. Условия и методика управления ценообразования
3. Специфика управления финансированием и кредитования
4. Специфика и модель внутрипроизводственного расчета
5. Менеджмент отношений между предприятиями и подразделениями
6. Управление оборотными средствами
7. Управление финансовой политикой
8. Менеджмент по отношению к займам и кредитам

**Тема практического занятия: 6.2. Стили управления**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа,**

**Темы контрольных работ**

1. В теории менеджмента различают несколько стилей руководства.
2. Значение и последствия авторитарного стиля руководства (от лат. *auctoritas* – власть, влияние) – властный,

3. В атмосфере авторитарного стиля управления процветают сплетни, интриги и доносы.
4. Значение и последствия демократического стиля руководства (от греч. demos – народ и kratos – власть)
5. Демократический стиль руководства предполагает взаимодействие между сторонами власти и подчиненными
6. Значение и последствия либеральный стиля руководства (от лат. liberalis – свободный).
7. Тип власти, основанной на принуждении
8. Тип власти, основанной на авторитете и знаниях
9. Тип власти, основанная на примере.
10. Тип власти, основанная на законных правах.
11. Функции и технологи делегирования
12. Управление передачи полномочий
13. Управление передачи ответственности

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6**  
**форма рубежного контроля – контрольная работа**

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

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

**Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр</b>		
<b>Раздел 1. Введение в общую теорию менеджмента</b>	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 2. Управленческие решения в менеджменте</b>	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 3. Организационные структуры менеджмента</b>	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 4. Внутренняя и внешняя среда организации</b>	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 5. Функции управления</b>	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Раздел 6. Методы управления менеджментом</b>	20	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	88	
Общий объем по	88	

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

### **Контрольные вопросы**

1. Экономическая роль предприятия в современных условиях
2. Актуальность менеджмента в организациях.
3. Основные проблемы управления организацией.
4. Современные методы менеджмента предприятия
5. Проблема управления персоналом.
6. Новые формы управления персоналом
7. Информационное обеспечение управления персоналом.
8. Функции продвижения предприятия в интернет среде.

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

1. Раскройте экономическую роль предприятия в современных условиях на примере конкретной выбранной вами организации: предприятия, фирмы.
2. Раскройте актуальность изучения менеджмента организации для определенной отрасли
3. Основные проблемы управления организацией.
4. В чем вы видите основные проблема управления персоналом.
5. Покажите на примере конкретного предприятия новые формы управления персоналом
6. Каким образом информационное обеспечение управления персоналом влияет на эффективность управления организацией.
7. Основные направления менеджмента в продвижении предприятия в Интернет среде

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

1. Менеджмент как область науки, человеческих знаний составляет теоретическую базу практики управления.
2. Менеджмент как организация управления предприятием подразумевает установление постоянных и временных взаимосвязей между подразделениями предприятия
3. Менеджмент как процесс принятия управленческих решений рассматривает поддержание непрерывности процесса производства
4. Использование экономических методов в управлении в отличие от административных методов
5. Метод управления на основе ориентация на спрос и конъюнктуру рынка в управлении
6. Метод управления на основе производства тех видов товаров, которые пользуются большим спросом у покупателей и могут гарантировать получение намеченной прибыли
7. Метод управления на основе постоянно стремления к получению оптимальных результатов при минимальных затратах
8. Метод управления на основе постоянно ориентации на производственные программы на потребности рынка
9. Как вы понимаете следующее утверждение: к задачам, решаемым в менеджменте, относится определение конкретных целей развития фирмы
10. Как вы понимаете следующее утверждение: к задачам, решаемым в менеджменте, относится: выявление приоритетности целей, их очередности и последовательности решения



11. Как вы понимаете следующее утверждение: к задачам, решаемым в менеджменте, относится: разработка стратегии развития фирмы – хозяйственных задач и путей их решения
12. Как вы понимаете следующее утверждение: к задачам, решаемым в менеджменте, относится: выработка системы мероприятий для решения намечаемых проблем на различные временные периоды
13. Как вы понимаете следующее утверждение: к задачам, решаемым в менеджменте, относится: определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения; •  
установление контроля за выполнением поставленных задач
14. Раскройте понимание закона специализации управления
15. Раскройте понимание закона интеграции управления
16. Раскройте понимание закона экономии времени.
17. Раскройте понимание закона специализации управления

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

### **форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

1. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
2. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).
3. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 406 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).
4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Классификация управленческих решений: по степени влияния на будущее организации решения бывают стратегические и тактические.
2. Классификация управленческих решений: по временным параметрам: перспективные (на будущее) и текущие (ориентированные на сегодняшний день).
3. Классификация управленческих решений: по продолжительности периода реализации выделяют долгосрочные (свыше 5 лет), среднесрочные (от 1–3 лет) и краткосрочные (до 1 года) решения.
4. Классификация управленческих решений: по степени обязанности исполнения решения подразделяются на директивные (разрабатываются высшими органами управления и предназначаются для обязательного исполнения низшим уровнем), рекомендательные (готовятся совещательными органами, их исполнение желательно, но не обязательно) и ориентирующие (предназначены для низших уровней управления).

5. Классификация управленческих решений: по функциональному назначению выделяют организационные (решения о создании, распределении обязанностей), координирующие (распределение текущей работы среди исполнителей), регулирующие (предписывают способ осуществления тех или иных действий), контролирующие (служат для оценки результатов).

6. Классификация управленческих решений: в зависимости от числа участников подразделяются на единоличные и коллективные.

7. Классификация управленческих решений: по широте охвата выделяются общие (например, распорядок дня) и специальные (относятся к узким проблемам).

8. Классификация управленческих решений: с точки зрения предопределенности разделяются на запрограммированные (принимаются в стандартных ситуациях) и незапрограммированные (принимаются в неординарных ситуациях).

9. Классификация управленческих решений: по способу принятия решения подразделяются на интуитивные (основанные на предположении руководителя, здесь риск велик) и адаптивные (основанные на здравом смысле).

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

1. Основные подходы и содержанное классификации менеджмента организации на выбор из 9 типов в зависимости от вашей выбранной организации (фирмы, предприятия, организации).
2. Характеристика пяти этапов процесса подготовки решения
3. Последствия принятия решений в менеджменте проверяется по результату в форме, так называемого, аудита менеджмента.
4. Раскройте вертикальную взаимосвязь между уровнями управления (общее руководство принятием решения, правила принятия решений, планы в принятии решений)
5. Раскройте горизонтальную связь в координации принимаемых решений (принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия, целевые группы и их роль в принятии решений, матричный тип взаимодействия)

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2 форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

1. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
2. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).
3. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. — 406 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).
4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2022. — 592 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия: 3.1. Сущность и признаки и классификация организации**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ 3.1.**

1. Обязательные признаки организации (цели, люди, среда, целостность).
2. Основопологающие процессы жизнедеятельность организации (сырье, продукт, передача продукта)
3. Организации классифицируют по критериям: первичные и вторичные.
4. Организации классифицируются по юридическим признакам (официальные и неофициальные)
5. Классификация организации по основаниям Гражданского Кодекса.

**Тема практического занятия: 3.2. Организационная структура и ее типы**

#### **Перечень контрольных работ по темам практического занятия Раздел 3.**

1. Общая классификация организационных структур управления.
2. Характеристика линейной структуры управления.
3. Характеристика функциональной структуры управления.
4. Характеристика дивизиональной структуры управления.
5. Характеристика проектной структуры управления.
6. Характеристика матричной структуры управления.
7. Характеристика бригадной структуры управления.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3 форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

1. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
2. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).
3. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. — 406 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).
4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2022. — 592 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

#### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4**

**Тема практического занятия: 4.1. Внутренняя среда организации**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ 4.1.**

1. Содержание и характерные особенности внутренней среды организации
2. Составляющие внутренней среды.
3. Управление целями в планировании внутренней среды организации
4. Характеристика структуры организации на примере выбранной вам организации
5. Основные задачи, стоящие перед организацией на примере выбранной вам организации
6. Фактор технологий, как средства преобразования сырья на примере выбранной вам организации
7. Фактор сотрудничества внутри организации на примере выбранной вам организации

#### **Тема практического занятия: 4.2. Внешняя среда организации**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Перечень контрольных работ по темам практического занятия Раздел 4.**

1. Дайте характеристику внешней среды организации на примере выбранной вам организации
2. Совершенствование среды прямого воздействия на организацию на примере выбранной вам организации
3. Совершенствование управления первым фактором организации - поставщиками на примере выбранной вам организации
4. Роль и значение законов и государственных органов на примере выбранной вам организации
5. Совершенствование менеджмента в отношении создания потребителя на примере выбранной вам организации
6. Менеджмент исследования влияния конкурентов на организацию на примере выбранной вам организации
7. Роль политических факторов в менеджменте на примере выбранной вам организации
8. Роль международного окружения в менеджменте на примере выбранной вам организации
9. Роль и значение экспорта в менеджменте на примере выбранной вам организации
10. Роль и значение лицензирования в менеджменте на примере выбранной вам организации
11. Характеристика совместных предприятий в менеджменте на примере выбранной вам организации

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4 форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.**

5. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
6. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).

7. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 406 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).
8. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5**

**Тема практического занятия: 5.1. Функция планирования и прогнозирования**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ 5.1**

1. Основные функции управления организацией
2. Функция планирования предприятием на основе выбранной вами организацией
3. Соотношение прогнозирования и планирования в менеджменте организации
4. Четыре этапа процесса планирования организации
5. Три способа планирования: от достигнутого уровня, оптимальное и адаптивное.
6. оптимальное планирование
7. Смысл и содержание менеджмента адаптивного планирования
8. Смысл и содержание менеджмента планирование в зависимости от направленности и характера задач организации
9. Цель стратегического планирования на основе выбранной вами организацией
10. Цели среднесрочных планов на основе выбранной вами организацией
11. Текущее планирование охватывает детальные разработки оперативных планов
12. Оперативный план, выраженный в денежной форме, представляет собой финансовый план. Попробуйте раскрыть его содержание на примере выбранной вами организацией
13. Как осуществляется менеджмент прогнозирования и каковы его слабые и сильные стороны.

**Тема практического занятия: 5.2. Функция мотивации и стимулирования**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа

### **Перечень контрольных работ по темам практического занятия Раздел 5.1**

1. Суть понятия мотивации и основные ее задачи.
2. Задачи, которые может решать руководство с помощью мотивации
3. По природе различают потребности первичные и вторичные. Какое это имеет значение для менеджмента.
4. По характеру предмета потребности бывают материальные и духовные. Какое это имеет значение для менеджмента.
5. Духовные и материальные потребности неразрывно связаны. Какое это имеет значение для менеджмента.
6. По степени осознания человеком потребности могут быть осознанными и
7. Стимулы – это внешние раздражители, способствующие повышению интенсивности определенных мотивов в действиях. Какое это имеет значение для менеджмента.
8. Отличие стимулов от мотивов. Какое это имеет значение для менеджмента.
9. Классифицируют стимулы по различным признакам. Какое это имеет значение для менеджмента.

10. Коллективные стимулы связаны с воздействием на размер доходов предприятия. Как это реализуется в менеджменте.
11. Структура индивидуальных стимулов в целом совпадает со структурой материальных и нематериальных стимулов. Покажите на примере вашей организации.
12. Моральные стимулы связаны с потребностями человека в признании и уважении. Какое это имеет значение для менеджмента.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5.**

9. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
10. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).
11. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. — 406 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).
12. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2022. — 592 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6**

**Тема практического занятия: 6.1. Экономический и административный метод управления**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа,**

### **Темы контрольных работ 6.1**

1. Специфика осуществления коммерческого расчета
2. Условия и методика управления ценообразованием
3. Специфика управления финансированием и кредитования
4. Специфика и модель внутрипроизводственного расчета
5. Менеджмент отношений между предприятиями и подразделениями
6. Управление оборотными средствами
7. Управление финансовой политикой
8. Менеджмент по отношению к займам и кредитам

### **Тема практического занятия: 6.2. Стили управления**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа**

**Перечень контрольных работ по темам практического занятия Раздел 6.2.**

1. В теории менеджмента различают несколько стилей руководства.

2. Значение и последствия авторитарного стиля руководства (от лат. auctoritas – власть, влияние) – властный,
3. В атмосфере авторитарного стиля управления процветают сплетни, интриги и доносы.
4. Значение и последствия демократического стиля руководства (от греч. demos – народ и kratos – власть)
5. Демократический стиль руководства предполагает взаимодействие между сторонами власти и подчиненными
6. Значение и последствия либеральный стиля руководства (от лат. liberalis – свободный).
7. Тип власти, основанной на принуждении
8. Тип власти, основанной на авторитете и знаниях
9. Тип власти, основанная на примере.
10. Тип власти, основанная на законных правах.
11. Функции и технологии делегирования
12. Управление передачи полномочий
13. Управление передачи ответственности

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6.**

1. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
2. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).
3. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 406 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).
4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### **Написание реферата (доклада).**

Требования к структуре реферата (доклада):

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

Основные требования к оформлению:

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### **Выполнение тестовых заданий.**

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### **Написание эссе.**

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

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

#### **Требования к оформлению эссе:**

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный



заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен, который проводится в устной / письменной форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов: текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

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

выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга, обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга, обучающегося используется следующая шкала:

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<b>РАЗДЕЛ -1 «Основные характеристики менеджмента организации»</b>	ОПК-4;	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общая характеристика менеджмента организации</li> <li>2. Функции и организационная форма предприятия.</li> <li>3. Характеристика принципов менеджмента, используемые в деятельности предприятия.</li> <li>4. Законы управления организацией.</li> <li>5. Принципы управления организацией.</li> <li>6. Особенности управления персоналом организации.</li> </ol>
		ПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экономическая роль предприятия в современных условиях</li> <li>2. Актуальность менеджмента в организациях.</li> <li>3. Основные проблемы управления организацией.</li> <li>4. Современные методы менеджмента предприятия</li> <li>5. Проблема управления персоналом.</li> <li>6. Новые формы управления персоналом</li> <li>7. Информационное обеспечение управления персоналом.</li> <li>8. Функции продвижения предприятия в интернет среде.</li> </ol>
2.	<b>РАЗДЕЛ -2 «Управленческие решения в менеджменте»</b>	ОПК-7;	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Способ выявления проблем в менеджменте</li> <li>2. Методики выявления альтернативы в менеджменте</li> <li>3. Выбор лучшей альтернативы в менеджменте</li> <li>4. Внедрение решения в практику в менеджменте</li> <li>5. Проверка результатов в менеджменте</li> </ol>
		ПК-3	Контрольная	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как осуществляется общее руководство принятием решения в менеджменте.</li> </ol>

			работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Правила принятия решений в менеджменте</li> <li>3. Планы в принятии решений в менеджменте</li> <li>4. Принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия в менеджменте</li> <li>5. Целевые группы и их роль в принятии решений в менеджменте</li> <li>6. Матричный тип взаимодействия в менеджменте</li> </ol>
3.	<b>РАЗДЕЛ -3 «Организационные структуры менеджмента»</b>	ПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обязательные признаки организации (цели, люди, среда, целостность.</li> <li>2. основополагающие процессы жизнедеятельности организации (сырье, продукт, передача продукта)</li> <li>3. Организации классифицируют по критериям: первичные и вторичные.</li> <li>4. Организации классифицируются по юридическим признакам (официальные и неофициальные)</li> <li>5. Классификация организации по основаниям Гражданского Кодекса.</li> <li>6. Общая классификация организационных структур управления.</li> </ol>
4	<b>РАЗДЕЛ 4. Внутренняя и внешняя среда организации</b>	ОПК-4;	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1. Цели – конкретное конечное состояние или желаемый результат, которые стремятся добиться группа, работая вместе. Организация – это группа людей с осознанными общими целями.</li> <li>2. 2. Структура организации – логические взаимоотношения уровней управления и функциональных областей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации.</li> <li>3. 3. Задачи – предписанная работа, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки. Задачи предписываются не работнику, а его должности. На основе решения руководства о структуре каждая должность включает ряд задач, которые рассматриваются как необходимый вклад в достижение целей организации.</li> <li>4. 4. Технологии – средства преобразования сырья, будь то люди, информация или физические материалы, в искомые продукты или услуги. Выполнение задачи включает использование конкретной технологии как средства преобразования материала на входе, в форму на выходе.</li> <li>5. 5. Сотрудничество. Технология не может быть полезной и задача не может</li> </ol>

				<p>быть выполнена без сотрудничества людей. Это главная переменная, т.к. организация – это прежде всего люди, которые и принимают решения и проводят его в жизнь.</p>
5	<b>РАЗДЕЛ 5. Функции управления</b>	ОПК-7;	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Функция управления – это обособленный вид деятельности, который объективно необходим для реализации целей функционирования;</li> <li>2. Однородный вид деятельности, реализуемый путем принятия решения.</li> <li>3. Классификация функций управления, обусловленная содержанием процесса управления, позволяет выделить следующие функции: планирования и прогнозирования, организации, координирования и регулирования, мотивации и контроля.</li> </ol>
6	<b>РАЗДЕЛ 6. Методы управления менеджмент м</b>	ОПК-4;	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В основе экономического метода управления в условиях рыночной экономики лежит коммерческий расчет.</li> <li>2. Его суть заключается в соизмерении затрат и результатов хозяйственной деятельности организации и обеспечении прибыльности.</li> </ol>

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

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

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	1. Общая характеристика менеджмент организации 2. Функции и организационная форма предприятия. 3. Характеристика принципов менеджмента, используемые в деятельности предприятия. 4. Законы управления организацией. 5. Принципы управления организацией. 6. Особенности управления персоналом организации.
ОПК-7	1. Экономическая роль предприятия в современных условиях 2. Актуальность менеджмента в организациях. 3. Основные проблемы управления организацией. 4. Современные методы менеджмента предприятия
ПК-3	5. Проблема управления персоналом. 6. Новые формы управления персоналом 7. Информационное обеспечение управления персоналом. 8. Функции продвижения предприятия в интернет среде.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
2. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).

### 5.1.2. Дополнительная литература

3. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 406 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).

4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023)..

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:



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

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает: консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории; самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

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

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

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

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

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

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

## 7. TrueConf (client)

\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме указать форму 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 (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью/ специализацией реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### 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 42.04.02 «Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 529	Протокол заседания Ученого совета факультета № 12 от «28» февраля 2023 года	____.____.____



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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных

технологий \_\_\_\_\_ /Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«КОММУНИКАЦИЯ В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ»**

**Направление подготовки**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность (профиль)**

**«Коммуникационный менеджмент  
и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**

*Очная*

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>



Рабочая программа дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда» (далее – ОПОП).

Рабочая программа дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» разработана рабочей группой в составе: Чардымский М.Г., к.э.н., доц., Гундарин М.В., к.ф.н., доц.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от 28 февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» заключается в получении обучающимися теоретических знаний об особенностях, средствах и методах маркетинговых и социальных коммуникаций в некоммерческой сфере с их последующим применением в профессиональной сфере, а также практических умений и навыков в рамках организационно-управленческой деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. Знать виды, средства и особенности маркетинговых коммуникаций, применяемых в некоммерческих организациях.
2. Знать сущность, особенности, средства и методы социальной рекламы и социального пиар.
3. Уметь разрабатывать программы маркетинговых коммуникаций для продвижения социальных услуг.
4. Уметь составлять рекламные и пиар-обращения для решения актуальных социальных проблем.
5. Приобрести навыки создания иллюстрированных макетов социорекламных объявлений.

### 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-5; ОПК-7 в соответствии с учебным планом.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1.Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации УК-1.2. Применяет системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> методы критического анализа, синтеза информации и системный подход для решения поставленных задач <b>Уметь:</b> осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации,

			применять системный подход для решения поставленных задач
Коммуникация	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет социальное взаимодействие  УК-3.2. Реализовывает свою роль в команде	<b>Знать:</b>  свою роль в рабочей команде  <b>Уметь:</b>  осуществлять социальное взаимодействие
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Воспринимает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом и этическом контекстах  УК-5.2. Воспринимает межкультурное разнообразие общества в философском контексте	<b>Знать:</b> межкультурное разнообразие общества в различных аспектах <b>Уметь:</b>  воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов	<b>Знать:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Уметь:</b>  учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их

		функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p><b>Знать:</b> цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» составляет 3 зачетные единицы.

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	56	56
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Лабораторные занятия		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа	2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	34	34
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации		Экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Семестр3</b>											
Раздел 1. <b>Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях</b>	30	12	18	6		12					
Тема 1.1. Сущность некоммерческой сферы и виды коммуникаций в ней	10	4	6	2		4					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
Тема 1.2. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	20	8	12	4		8				
<b>Раздел 2. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА</b>	30	12	18	6		12				
Тема 2.1. Сущность, особенности и правовое регулирование социальной рекламы	10	4	6	2		4				
Тема 2.2. Средства и методы	20	8	12	4		8				



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
социальной рекламы										
<b>Раздел 3.</b> <b>СОЦИАЛЬНЫЙ ПИАР</b>	30	10	20	6		12				2
Тема 3.1. Сущность и особенности социального пиар	10	4	6	2		4				
Тема 3.2. Средства и методы социального пиар	18	6	12	4		8				
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>18</b>									
<b>Форма промежуточной</b>	<b>Экзамен</b>									

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иные контактные работы	из них: в форме практической подготовки
аттестации											
Общий объем, часов	108	34	56	18		36					2

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

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

##### Тема 1.1. Сущность некоммерческой сферы и виды коммуникаций в ней

###### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Понятие и сущность некоммерческой сферы.

Виды некоммерческих организаций.

Социальные услуги.

Социальные проблемы.

Основные направления и виды коммуникаций в некоммерческой сфере.

## **Тема 1.2. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Особенности маркетинговых коммуникаций в некоммерческих организациях.

Реклама социальных услуг.

Личная продажа социальных услуг.

Методы стимулирования сбыта социальных услуг.

Связи с общественностью некоммерческих организаций.

Брендинг в некоммерческой сфере.

### **Задания к практическим занятиям раздела 1.**

**Тема практического занятия 1.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

## Рубежный контроль к разделу 1.

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

### **РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА**

#### **Тема 2.1. Сущность, особенности и правовое регулирование социальной рекламы**

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Определения социальной рекламы.

цели, задачи и сфера применения социальной рекламы.

Отличительные особенности социальной рекламы.

Появление социальной рекламы в США и в России.

Правовое регулирование социальной рекламы в Российской Федерации.

#### **Тема 2.2. Средства и методы социальной рекламы**

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Средства социальной рекламы.

Мотивация потребителей социальной рекламы.

Общие правила создания социальной рекламы.

Методы психологического воздействия социальной рекламы на потребителя.

### **Задания к практическим занятиям раздела 2.**

**Тема практического занятия 2.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:** \_\_\_\_

**Тема практического занятия 2.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

### **Рубежный контроль к разделу 2.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНЫЙ ПИАР**

### **Тема 3.1. Сущность и особенности социального пиар**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Определения социального пиар.

цели, задачи и сфера применения социального пиар.

Различия социальной рекламы и социального пиар.

### **Тема 3.2. Средства и методы социального пиар**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Средства социального пиар.

Методы прямого и скрытого воздействия социального пиар на общественное сознание.

Убеждение как метод воздействия социального пиар на общественное сознание.

Методы манипулирования общественным сознанием в социальном пиар.

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

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

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Семестр 3</b>		
Раздел 1. Общая характеристика коммуникаций в некоммерческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях	12	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 2. Социальная реклама	12	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 3. Социальный пиар	10	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	34	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	34	

#### 3.2. Задания для самостоятельной работы

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**

1. Некоммерческая сфера - третий сектор экономики.
2. Виды некоммерческих организаций. Характеристика НКО.
3. Классификация социальных услуг.
4. Актуальные социальные проблемы в России и в мире.
5. Маркетинговые и социальные коммуникации в некоммерческой сфере.
6. Средства и особенности рекламы социальных услуг.
7. Формы личной продажи социальных услуг.
8. Методы стимулирования продаж социальных услуг.
9. Средства связей с общественностью некоммерческих организаций.
10. Атрибуты брендов в некоммерческой сфере.

### **Тема(вид задания) к Разделу 1:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1:**

1. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: Учебник. Москва: Директ-Медиа, 2022. 166 с.: ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>.
2. Ковалева А.В. Основы социальной рекламы: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2020. 155 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448252>.
3. Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. Москва: Юрайт, 2020. 163 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/455586>.

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

1. Общность и различия понятий «социальная реклама», «некоммерческая реклама», «общественная реклама».
2. Задачи и функции социальной рекламы.
3. Коммерческая и социальная реклама: сходства и различия.
4. Зарождение и развитие социальной рекламы в США.
5. Состояние и перспективы развития социальной рекламы в России.
6. Основные и нестандартные средства социальной рекламы.
7. Потребительские мотивы в социальной рекламе.
8. Методы прямого воздействия социальной рекламы на потребителя.
9. Методы скрытого воздействия социальной рекламы на потребителя.

### **Тема(вид задания) к Разделу 2:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2:**

1. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: Учебник. Москва: Директ-Медиа, 2022. 166 с.: ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>.
2. Ковалева А.В. Основы социальной рекламы: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2020. 155 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448252>.

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**

1. Задачи и функции социального пиар.
2. Социальная реклама и социальный пиар: сходства и различия.
3. Опыт социального пиар в современной России.
4. Основные средства социального пиар.
5. Психологическое воздействие социального пиар на общественное сознание.
6. Аргументы для убеждения потребителей в социальном пиар.
7. Психологические установки и стереотипы в социальном пиар.
8. Психологическое воздействие социального пиар методом лингвистического манипулирования.

### **Тема(вид задания) к Разделу 3:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3:**



1. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: Учебник. Москва: Директ-Медиа, 2022. 166 с.: ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>.
2. Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. Связи с общественностью: Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2021. 337 с. Режим доступа: <https://www.urait.ru/bcode/469810>.
3. Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. Москва: Юрайт, 2020. 163 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/455586>.
4. Фадеева Е.Н., Сафронов А.В., Красильникова М.А. Связи с общественностью: Учебник и практикум для вузов. Москва: Юрайт, 2020. 263 с. Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/450027>.

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

Освоение обучающимися основной профессиональной образовательной программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

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

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

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

Самостоятельная работа по дисциплине «Коммуникация в некоммерческой сфере» предполагает более глубокое изучение вопросов, входящих в учебно-тематический план, освоение дополнительных вопросов по тематике дисциплины и выполнение заданий рубежного контроля вне аудиторных занятий. Задания рубежного контроля представляют собой практические задания различных форм: исследовательская работа, творческое задание, организационно-управленческая работа, проект и др.

Варианты рубежного контроля (при их наличии) и срок выполнения назначаются преподавателем. Ответ к заданию рубежного контроля печатается на компьютере или мобильном устройстве и размещается в электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Задание рубежного контроля предоставляется на проверку в файле формата doc или docx.

Титульный лист оформляется по образцу. Ответ к заданию начинается на странице 2.

В зависимости от вида задания ответ формулируется деловым или научным языком, избегая грамматических и стилистических ошибок, а также сокращений. Допускаются только общепринятые сокращения единиц измерения, валют и т.п.

Основной тип шрифта в тексте ответа - TimesNewRoman, размер шрифта - 14 пунктов, междустрочный интервал - полуторный. В таблицах используется тот же тип шрифта размером 10 - 12 пунктов, междустрочный интервал - одинарный.

Текст ответа выравнивается по ширине. Заголовки выравниваются по центру и выделяются полужирным шрифтом.

Поля по краям страницы: сверху - 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа - 1,5 см. Номера страниц ставятся, начиная с стр. 2 в нижнем колонтитуле по правому краю. Титульный лист считается первой страницей документа. Номер на нем не ставится.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Коммуникация в некоммерческой сфере» является экзамен, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

рейтинговых баллов	практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемыеразделы дисциплины	Кодконтролируемойкомпетенции	Форма рубежногоконтроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	<p>Раздел 1.</p> <p><b>Общая характеристика коммуникаций в некоммунарческой сфере. Маркетинговые коммуникации в некоммунарческих организациях</b></p>	УК-1		
2.	<p>Раздел 2.</p> <p><b>Социальная реклама</b></p>	ОПК-5; ОПК-7		
3.	<p>Раздел 3.</p> <p><b>Социальный пиар</b></p>	УК-3; УК-5		

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

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

<b>Код контролирующей компетенции</b>	<b>Вопросы /задания</b>
УК-1	Сущность некоммерческой сферы и виды коммуникаций в ней. Маркетинговые коммуникации в некоммерческих организациях.
УК-3; УК-5	Сущность и особенности социального пиар. Средства и методы социального пиар.
ОПК-5; ОПК-7	Сущность, особенности и правовое регулирование социальной рекламы. Средства и методы социальной рекламы.



## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: Учебник. Москва: Директ-Медиа, 2022. 166 с.: ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>.

2. Ковалева А.В. Основы социальной рекламы: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2020. 155 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448252>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. Связи с общественностью: Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт, 2021. 337 с. Режим доступа: <https://www.urait.ru/bcode/469810>.

2. Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. Москва: Юрайт, 2020. 163 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/455586>.

3. Фадеева Е.Н., Сафронов А.В., Красильникова М.А. Связи с общественностью: Учебник и практикум для вузов. Москва: Юрайт, 2020. 263 с. Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/450027>.

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

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	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> 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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описание и все вышедшие выпуски с	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

	содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
--	---	--

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

Освоение обучающимся дисциплины «Коммуникация в некоммерческой сфере» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинарских и практических занятий.

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 студент 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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

## 5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

### 5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;
2. средства доступа в Интернет;
3. проектор.

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

1. операционная система Astra Linux SE;
2. пакет офисных программ LibreOffice;
3. справочная система Консультант+;
4. Okular или Acrobat Reader DC;
5. Ark или 7-zip;
6. UserGate;
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, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>

5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>
----	--------------------------------------	--	---

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

Для изучения дисциплины 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 «Коммуникация в некоммерческой сфере» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, рассмотрение конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках данной дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направлением подготовки реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			



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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных

технологий

/Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА**

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

**Направленность  
«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная**

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля). .	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: .....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27

5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>30</b>



Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Основы копирайтинга**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* составлена 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 29.07.2017 №512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Основы копирайтинга**» разработана рабочей группой в составе: **Матанис В.А., к.ф.н., доц.**, Полунина О.С., к.и.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года  
Заведующий кафедрой  
Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей  
ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

ORTA CommunicationsGroup  
Генеральный директор



А.В. Сафронов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

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



Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о копирайтинге и коммерческом письме с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по созданию текстов для коммерческого использования в различных сферах коммуникативной деятельности.

Задачи дисциплины(модуля):

1. систематизация знаний о копирайтинге как сфере деятельности и виде занятости;
2. освоение инструментов создания коммерческих текстов, ключевых форм и способов;
3. освещение основных направлений для профессионального развития, анализ ключевых работодателей;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1; ОПК-3 в соответствии с учебным планом.

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ  ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<b>Знать:</b> Характеристики медиатекстов, особенности различных платформ, знать форматы текстов и правила различных знаковых систем, процесс создания медиатекста, планирование в работе с текстами  <b>Уметь:</b> создавать медиатексты с учетом требований платформ и знаковых систем, разрабатывать и

	иных знаковых систем		создавать тексты с учетом различных видов планирования
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса  ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> принципы разработки медиапродукта в текстовом формате, технологии работы с источниками при подготовке различных медиатекстов  <b>Уметь:</b> предлагать решения про медиапроекту в части создания текстов различных форматов, проверять данные, работать с экспертами и различными источниками

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

**Очная форма обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54				
Лекционные занятия	18	18			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		9			
Практические занятия	36	36			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		36			
Консультации / Иная контактная работа	2	2			
<i>из них в форме практической подготовки</i>					
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	34	34			
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	18	18			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен	3			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>				

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины



## **2.3. Содержание дисциплины (модуля)**

### **РАЗДЕЛ 1. ЖУРНАЛИСТСКИЕ ТЕКСТЫ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Виды и формы современной журналистики, общее и частное в сравнении и с другими СМИ. Виды журналистики, коммерческая, социальная гражданская журналистика, концепции журналистики (демократическая, тоталитарная либертарианская, социальной ответственности), место и роль СМИ в обществе, трансформация журналистики и слияние в другими сферами коммуникации, нативная реклама и журналистика. Ключевая функция журналистики - информационная. Требования к журналистским материалам.

Виды жанров в журналистике. Классификации жанров. Жанровые трансформации и жанровые модели.

Информационно-новостная журналистика: заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос – ответ, репортаж. Технологии создания. Принципы работы по сбору информации. Виды новостных заметок. Принцип перевернутой и прямой пирамиды, принцип перевернутые часы.

Техники создания репортажа. Использование прямой речи. Эффект присутствия. Передача эмоций и настроения события.

Аналитическая журналистика. Виды аналитических материалов. Статья и лонгрид. Технологии поиска экспертов и данных. Планирование при подготовке аналитических материалов. Лонгрид как вид коммерческого текста. Имиджевые лонгриды.

Эмоциональная журналистика. Очерковая журналистика. Путевые очерки. Портретные очерки. Проблемные очерки. Структура очерка. Использование литературных средств выражения.

#### **Тема 1.1. Система жанров в журналистике**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Виды и формы современной журналистики, общее и частное в сравнении и с другими СМИ. Виды журналистики, коммерческая, социальная гражданская журналистика, концепции журналистики (демократическая, тоталитарная либертарианская, социальной ответственности), место и роль СМИ в обществе, трансформация журналистики и слияние в другими сферами коммуникации, нативная реклама и журналистика. Ключевая функция журналистики - информационная. Требования к журналистским материалам.

Виды жанров в журналистике. Классификации жанров. Жанровые трансформации и жанровые модели.

#### **Тема 1.2. Информационные, рациональные и эмоциональные тексты в журналистике**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Информационно-новостная журналистика: заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос – ответ, репортаж. Технологии создания. Принципы работы по сбору информации. Виды новостных заметок. Принцип перевернутой и прямой пирамиды, принцип перевернутые часы.

Техники создания репортажа. Использование прямой речи. Эффект присутствия. Передача эмоций и настроения события.

Аналитическая журналистика. Виды аналитических материалов. Статья и лонгрид. Технологии поиска экспертов и данных. Планирование при подготовке аналитических материалов. Лонгрид как вид коммерческого текста. Имиджевые лонгриды.

Эмоциональная журналистика. Очерковая журналистика. Путевые очерки. Портретные очерки. Проблемные очерки. Структура очерка. Использование литературных средств выражения.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**Тема практического занятия:** *жанровые модели современной журналистики*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Что такое жанр: общие и частные характеристики.
2. Цели обращения к аудитории с различными жанрами.
3. Тенденции развития жанров журналистики.
4. Связь журналистики и рекламы.

**Тема практического занятия:** *новостные, рациональные и эмоциональные тексты в журналистике*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Репортаж в журналистике. Рекламные элементы в репортаже.
2. Аналитическая журналистика: где найти экспертов и данные.
3. Имиджевые лонгриды: цели и адресат.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

## **РАЗДЕЛ 2. КОММЕРЧЕСКИЙ КОПИРАЙТИНГ: цели, этапы работы. НЕЙМИНГ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ.**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Коммерческие тексты в коммуникации. Цели коммерческих текстов. Контент-маркетинг. Эффективность текстов. Конверсия.

Этапы подготовки текстов. Изучение аудитории. Классификация аудиторий. Психографика. Взаимодействие с заказчиком. Бриф и работа с ним.

Виды коммерческих текстов. Виды работ и занятости в копирайтинге. Спичрайтеры, коммерческие писатели. Аутсорсинг в копирайтинге.

Нейминг. Создание названий и слоганов как часть работы по фирменному стилю. Этапы подготовки и брифования. Создание правильного брифа. Связь названия и визуального решения. Маркетинговый этап. Лингвистический этап. Юридические аспекты нейминга.

Особенности создания названий товаров и услуг различных маркетинговых ниш. Способы создания имени. Аббревиатуры. Топоними.

**Тема 2.1. Коммерческий копирайтинг.**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Коммерческие тексты в коммуникации. Цели коммерческих текстов. Контент-маркетинг. Эффективность текстов. Конверсия.

Этапы подготовки текстов. Изучение аудитории. Классификация аудиторий. Психографика. Взаимодействие с заказчиком. Бриф и работа с ним.

Виды коммерческих текстов. Виды работ и занятости в копирайтинге. Спичрайтеры, коммерческие писатели. Аутсорсинг в копирайтинге.

### **Тема 2.2. *Нейминг и фирменный стиль.***

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Нейминг. Создание названий и слоганов как часть работы по фирменному стилю. Этапы подготовки и брифования. Создание правильного брифа. Связь названия и визуального решения. Маркетинговый этап. Лингвистический этап. Юридические аспекты нейминга.

Особенности создания названий товаров и услуг различных маркетинговых ниш. Способы создания имени. Аббревиатуры. Топонимы.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Тема практического занятия:** *коммерческий копирайтинг: виды, эффективность, профессии*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ**

1. Сравнительный анализ коммерческого копирайтинга и журналистики.
2. Этапы создания текстов.
3. Виды аудиторий.
4. Виды профессий в копирайтинге.

**Тема практического занятия:** *нейминг и фирменный стиль*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ**

1. Принципы создания имени компании или продукта.
2. Технологии создания имени.
3. Связь имени и общего фирменного стиля: что первично?
4. Юридические аспекты нейминга.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

## **РАЗДЕЛ 3. ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ В КОПИРАЙТИНГЕ. ТЕКСТЫ ДЛЯ САЙТОВ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Продающий текст. Цели и задачи продающего текста. Виды продающих текстов. Тексты для разных платформ. Элементы продающего текста. Формулы продающих текстов. Классическая формула рекламного обращения AIDA. Что такое призыв к действию для клиента. Какие дедайки могут быть в тексте. Вариации формулы. Формула 4P. Формула “Боль - еде больше боли”.

Лендинги. Структура лендингов. Подготовка текстов для лендингов. Работа с возражениями.

Призыв к действию.

Создание текстов для социальных сетей. Оформление текстов для различных социальных сетей.

### **Тема 3.1. Продающие тексты в копирайтинге: принципы создания и формулы**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Продающий текст. Цели и задачи продающего текста. Виды продающих текстов. Тексты для разных платформ. Элементы продающего текста. Формулы продающих текстов. Классическая формула рекламного обращения AIDA. Что такое призыв к действию для клиента. Какие дедаины могут быть в тексте. Вариации формулы. Формула 4P. Формула “Боль - еде больше боли”.

### **Тема 3.2. Тексты для сайтов и социальных сетей**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Лендинги. Структура лендингов. Подготовка текстов для лендингов. Работа с возражениями. Призыв к действию.

Создание текстов для социальных сетей. Оформление текстов для различных социальных сетей.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия:** *продающие тексты*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Цели продающих текстов.
2. Формулы продающих текстов.
3. Элементы продающих текстов.

**Тема практического занятия:** *тексты для социальных сетей и сайтов*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Структура лендингов.
2. Особенности текстов в социальных сетях.
3. Элементы текстов для интернета.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

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

### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Очной формы обучения*



Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 1)</b>		
Раздел 1. <b>ЖУРНАЛИСТСКИЕ ТЕКСТЫ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ</b>	8	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. <b>КОММЕРЧЕСКИЙ КОПИРАЙТИНГ: цели, этапы работы. НЕЙМИНГ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ</b>	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. <b>ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ В КОПИРАЙТИНГЕ. ТЕКСТЫ ДЛЯ САЙТОВ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ</b>	12	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	54	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	54	

### 3.2. Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

##### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Виды жанров: заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос – ответ, репортаж.
2. Технологии создания. Принципы работы по сбору информации.
3. Виды новостных заметок. Принцип перевернутой и прямой пирамиды, принцип перевернутые часы.
4. Техники созданию репортажа.

##### Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

4. Репортаж в журналистике. Рекламные элементы в репортаже.
5. Аналитическая журналистика: где найти экспертов и данные.

6. Имиджевые лонгриды: цели и адресат.

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

### **Основная литература**

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. - Москва : Дашков и К, 2023.; ISBN 978-5-394-05306-1
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

### **Дополнительная литература**

1. Авдониная, Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / Н. С. Авдониная. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14337-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519996>
2. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285> .
3. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001> (дата обращения: 09.05.2023).
4. Каплунов, Д. А. Бизнес-копирайтинг [Текст] : как писать серьезные тексты для серьезных людей / Денис Каплунов. - 4-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 396 с.; 22 см.; ISBN 978-5-00117-595-7
5. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512120>.
6. Кольшкіна, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшкіна, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519840> .

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Коммерческие тексты в коммуникации. Цели коммерческих текстов. Контент-маркетинг. Эффективность текстов. Конверсия.
2. Этапы подготовки текстов. Изучение аудитории. Классификация аудиторий. Психографика. Взаимодействие с заказчиком. Бриф и работа с ним.
3. Виды коммерческих текстов. Виды работ и занятости в копирайтинге. Спичрайтеры, коммерческие писатели. Аутсорсинг в копирайтинге.
4. Найминг. Создание названий и слоганов как часть работы по фирменному стилю. Этапы подготовки и брифования. Создание правильного брифа. Связь названия и визуального решения. Маркетинговый этап. Лингвистический этап. Юридические аспекты найминга.

5. Особенности создания названий товаров и услуг различных маркетинговых ниш. Способы создания имени. Аббревиатуры. Топонимы.

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

1. Принципы создания имени компании или продукта.
2. Технологии создания имени.
3. Связь имени и общего фирменного стиля: что первично?
4. Юридические аспекты нейминга.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

#### **Основная литература**

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. - Москва : Дашков и К, 2023.; ISBN 978-5-394-05306-1
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

#### **Дополнительная литература**

1. Авдони́на, Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / Н. С. Авдони́на. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14337-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519996>
2. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285> .
3. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001> (дата обращения: 09.05.2023).
4. Каплунов, Д. А. Бизнес-копирайтинг [Текст] : как писать серьезные тексты для серьезных людей / Денис Каплунов. - 4-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 396 с.; 22 см.; ISBN 978-5-00117-595-7
5. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512120>.
6. Кольшкіна, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшкіна, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519840> .

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

1. Продающий текст. Цели и задачи продающего текста. Виды продающих текстов. Тексты для разных платформ.

2. Формулы продающих текстов.
3. Классическая формула рекламного обращения AIDA. Что такое призыв к действию для клиента. Какие дедаины могут быть в тексте. Вариации формулы.
4. Формула 4P.
5. Формула “Боль - еще больше боли”.
6. Лендинги. Структура лендингов. Подготовка текстов для лендингов.
7. Работа с возражениями.
8. Создание текстов для социальных сетей. Оформление текстов для различных социальных сетей.

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

1. Структура лендингов.
2. Особенности текстов в социальных сетях.
3. Элементы текстов для интернета.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

#### **Основная литература**

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. - Москва : Дашков и К, 2023.; ISBN 978-5-394-05306-1
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

#### **Дополнительная литература**

1. Авдони́на, Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / Н. С. Авдони́на. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14337-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519996>
2. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285> .
3. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001> (дата обращения: 09.05.2023).
4. Каплунов, Д. А. Бизнес-копирайтинг [Текст] : как писать серьезные тексты для серьезных людей / Денис Каплунов. - 4-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 396 с.; 22 см.; ISBN 978-5-00117-595-7
5. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512120>.
6. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519840> .

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

*Требования к структуре реферата (доклада):*

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

Основные требования к оформлению:

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

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

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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



0 рейтинговых баллов	не аттестован
----------------------	---------------

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы), дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенций</b>	<b>Форма рубежного контроля</b>	<b>Вопросы/задания рубежного контроля</b>
1	<b>Раздел 1. ЖУРНАЛИСТСКИЕ ТЕКСТЫ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ</b>	ОПК-1; ОПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовка авторского лонгрида/ аналитической статьи по выбору студента</li> <li>2. Подготовка путевого очерка</li> <li>3. Подготовка блока новостей</li> </ol>
2.	<b>Раздел 2. КОММЕРЧЕСКИЙ КОПИРАЙТИНГ : цели, этапы работы. НЕЙМИНГ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ</b>	ОПК-1; ОПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовить анализ имени компании и предложить с не менее 3-х своих вариантов названия. Аргументировать.</li> </ol>
3	<b>Раздел 3. ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ В КОПИРАЙТИНГЕ. ТЕКСТЫ ДЛЯ САЙТОВ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ</b>	ОПК-1; ОПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовить не менее 3-х продающих текстов по разным формулам.</li> <li>2. Подготовить бриф для разработки лендинга.</li> <li>3. Подготовить контрт - план на месяц и привести примеры публикаций (авторские). Проекты по выбору студента.</li> </ol>



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

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

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-1; ОПК-3	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Система журналистских жанров.</li><li>2. Журналистика и реклама: как связаны.</li><li>3. Рациональные и эмоциональные тексты в СМИ.</li><li>4. Технологии подготовки брифа.</li><li>5. Этапы создания текста.</li><li>6. Профессии в копирайтинге.</li><li>7. Нейминг.</li><li>8. Принципы нейминга.</li><li>9. Правовые аспекты имени компании и продукции.</li><li>10. Типы оценки качества работы копирайтера, их сильные и слабые стороны</li><li>11. Новостная заметка и пресс-релиз, сходства и различия, структура</li><li>12. Технология создания слоганов</li><li>13. Рекламное описание товара</li><li>14. Формулы продающих текстов.</li><li>15. Общие принципы создания продающих текстов.</li><li>16. Эффективность продающего текста.</li><li>17. Структурные элементы продающего письма</li><li>18. Типы вирусных сообщений</li><li>19. Принципы создания лендингов.</li><li>20. Виды текстов в социальных сетях.</li></ol>

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. - Москва : Дашков и К, 2023.; ISBN 978-5-394-05306-1
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Авдони́на, Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / Н. С. Авдони́на. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14337-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519996>

2. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285> .

3. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001> (дата обращения: 09.05.2023).

4. Каплунов, Д. А. Бизнес-копирайтинг [Текст] : как писать серьезные тексты для серьезных людей / Денис Каплунов. - 4-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 396 с.; 22 см.; ISBN 978-5-00117-595-7

5. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512120>.

6. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519840> .

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

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

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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является

необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

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

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

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

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

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

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

<b>№ №</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

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

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

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

## **5.6. Образовательные технологии**

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

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			





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

**УТВЕРЖДАЮ**

и.о. декана факультета политических и  
социальных

технологий \_\_\_\_\_ /Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

**Направление подготовки**

***42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»***

**Направленность (профиль)**

**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**

***Очная***

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины «Основы предпринимательства» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда» (далее – ОПОП).

Рабочая программа дисциплины «Основы предпринимательства» разработана рабочей группой в составе: Чардымский М.Г., к.э.н., доц., Гундарин М.В., к.ф.н., доц.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от 28 февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор

А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Основы предпринимательства» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности и организации предпринимательской деятельности, ведении бизнес-процессов с их последующим применением в профессиональной сфере, практических умений и навыков в рамках организационно-управленческой деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. Знать сущность и виды предпринимательства, предпринимательские риски, организационно-правовые формы и формы собственности субъектов предпринимательской деятельности.
2. Знать особенности малого и среднего предпринимательства, формы их государственной поддержки.
3. Сформировать представление о механизме создания, реорганизации и ликвидации коммерческих организаций, а также индивидуальных предпринимателей и самозанятых.
4. Уметь разрабатывать бизнес-план.
5. Приобрести навыки составления договора поставки.

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

Процесс освоения дисциплины «Основы предпринимательства» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Аудитория.	ОПК-4. . Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о	<b>Знать:</b> Методы выявления запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности <b>Уметь:</b> Применять основные

		текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Продвижение коммуникационно о продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов	ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационно о продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	<b>Знать:</b>  Основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационно о продукта  <b>Уметь:</b>  Осуществлять реализацию коммуникационно о продукта с учетом технологий маркетинговых коммуникаций

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины «Основы предпринимательства» составляет 3 зачетные единицы.





### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Лабораторные занятия		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации		Зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Семестр 4</b>											
<b>Раздел 1.</b>											
<b>Сущность, виды и субъекты предпринимательства</b>	33	15	18	6			12				
Тема 1.1. Значение, сущность и виды предпринимательства	11	5	6	2			4				
Тема 1.2. Организационно-правовые формы и формы собственности	11	5	6	2			4				
Тема 1.3.	11	5	6	2			4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа
Создание, реорганизация и ликвидация коммерческих организаций										
<b>Раздел 2.</b>										
<b>Открытие и планирование бизнеса</b>	33	15	18	6		12				
Тема 2.1.										
Выбор сферы деятельности. Стартапы	11	5	6	2		4				
Тема 2.2.										
Бизнес-планирование	22	10	12	4		8				
<b>Раздел 3.</b>	33	15	18	6		12				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Правовые и экономические аспекты предпринимательства</b>											
Тема 3.1. Заключение сделок. Хозяйственные договоры	11	5	6	2		4					
Тема 3.2. Предпринимательские риски и способы их минимизации	11	5	6	2		4					
Тема 3.3. Особенности и государственная поддержка развития	11	5	6	2		4					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
малого и среднего предпринимательства											
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Форма промежуточной аттестации	Зачет										
Общий объем, часов	108	45	54	18		36					

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И СУБЪЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Тема 1.1. Значение, сущность и виды предпринимательства**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 1.2. Организационно-правовые формы и формы собственности**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 1.3. Создание, реорганизация и ликвидация коммерческих организаций**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 1.**

**Тема практического занятия 1.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.3.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 1.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 2. ОТКРЫТИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ БИЗНЕСА**

### **Тема 2.1. Выбор сферы деятельности. Стартапы**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

### **Тема 2.2. Бизнес-планирование**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

#### **Задания к практическим занятиям раздела 2.**

**Тема практического занятия 2.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 2.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

#### **Рубежный контроль к разделу 2.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 3. ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **Тема 3.1. Заключение сделок. Хозяйственные договоры**



*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 3.2. Предпринимательские риски и способы их минимизации**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 3.3. Особенности и государственная поддержка развития малого и среднего предпринимательства**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 3.**

**Тема практического занятия 3.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 3.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 3.3.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 3.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

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

#### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

##### **Очная форма обучения**

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Семестр 4</b>		
Раздел 1. Сущность, виды и субъекты предпринимательства	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 2. Открытие и планирование бизнеса	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 3. Правовые и экономические аспекты предпринимательства	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	45	

#### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

##### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.**

## **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**

### **Тема (вид задания) к Разделу 1:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1:**

1. Рубин, Ю. Б. Основы предпринимательства : учебник : [12+] / Ю. Б. Рубин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Университет Синергия, 2020. – 518 с. : ил., табл. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455432>.
2. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 230 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621620>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.**

## **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

### **Тема (вид задания) к Разделу 2:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2:**

1. Рубин, Ю. Б. Основы предпринимательства : учебник : [12+] / Ю. Б. Рубин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Университет Синергия, 2020. – 518 с. : ил., табл. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455432>.
2. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 230 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621620>.
3. Баскакова, О. В. Экономика и организация малого и среднего предпринимательства : учебник / О. В. Баскакова, М. Ш. Мачабели, Т. В. Рудакова. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 316 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696965>.
4. Рубин, Ю. Б. Управление собственным бизнесом : учебник : [16+] / Ю. Б. Рубин. – 17-е изд., доп. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 1104 с. : ил. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602851>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.**

## **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**

### **Тема (вид задания) к Разделу 3:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3:**

1. Рубин, Ю. Б. Основы предпринимательства : учебник : [12+] / Ю. Б. Рубин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Университет Синергия, 2020. – 518 с. : ил., табл. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455432>.
2. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 230 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621620>.
3. Баскакова, О. В. Экономика и организация малого и среднего предпринимательства : учебник / О. В. Баскакова, М. Ш. Мачабели, Т. В. Рудакова. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 316 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696965>.
4. Рубин, Ю. Б. Управление собственным бизнесом : учебник : [16+] / Ю. Б. Рубин. – 17-е изд., доп. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 1104 с. : ил. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602851>.

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

Освоение обучающимися основной профессиональной образовательной программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

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

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

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

Самостоятельная работа по дисциплине «Основы предпринимательства» предполагает более глубокое изучение вопросов, входящих в учебно-тематический план, освоение дополнительных вопросов по тематике дисциплины и выполнение заданий рубежного контроля вне аудиторных занятий. Задания рубежного контроля представляют собой практические задания различных форм: исследовательская работа, творческое задание, организационно-управленческая работа, проект и др.

Варианты рубежного контроля (при их наличии) и срок выполнения назначаются преподавателем. Ответ к заданию рубежного контроля печатается на компьютере или мобильном устройстве и размещается в электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Задание рубежного контроля предоставляется на проверку в файле формата doc или docx.

Титульный лист оформляется по образцу. Ответ к заданию начинается на странице 2.

В зависимости от вида задания ответ формулируется деловым или научным языком, избегая грамматических и стилистических ошибок, а также сокращений. Допускаются только общепринятые сокращения единиц измерения, валют и т.п.

Основной тип шрифта в тексте ответа - Times New Roman, размер шрифта - 14 пунктов, междустрочный интервал - полупетерный. В таблицах используется тот же тип шрифта размером 10 - 12 пунктов, междустрочный интервал - одинарный.

Текст ответа выравнивается по ширине. Заголовки выравниваются по центру и выделяются полужирным шрифтом.

Поля по краям страницы: сверху - 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа - 1,5 см. Номера страниц ставятся, начиная с стр. 2 в нижнем колонтитуле по правому краю. Титульный лист считается первой страницей документа. Номер на нем не ставится.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Основы предпринимательства» является зачет, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей,

рейтинговых баллов	допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован





4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	<b>Раздел 1.</b> <b>Сущность, виды и субъекты предпринимательства</b>			
2.	<b>Раздел 2.</b> <b>Открытие и планирование бизнеса</b>			
3.	<b>Раздел 3.</b> <b>Правовые и экономические аспекты предпринимательства</b>			

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

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

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Вопросы /задания</b>
ОПК-4	
ПК-3	

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Рубин, Ю. Б. Основы предпринимательства : учебник : [12+] / Ю. Б. Рубин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Университет Синергия, 2020. – 518 с. : ил., табл. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455432>.
2. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 230 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621620>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Баскакова, О. В. Экономика и организация малого и среднего предпринимательства : учебник / О. В. Баскакова, М. Ш. Мачабели, Т. В. Рудакова. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 316 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696965>.
2. Рубин, Ю. Б. Управление собственным бизнесом : учебник : [16+] / Ю. Б. Рубин. – 17-е изд., доп. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 1104 с. : ил. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602851>.

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

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	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> 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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 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	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

	содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
--	---	--

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

Освоение обучающимся дисциплины «Основы предпринимательства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинарских и практических занятий.

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 студент 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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

## 5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

### 5.4.1. Средства информационных технологий

1. персональные компьютеры;
2. средства доступа в Интернет;
3. проектор.

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

1. операционная система Astra Linux SE;
2. пакет офисных программ LibreOffice;
3. справочная система Консультант+;
4. Okular или Acrobat Reader DC;
5. Ark или 7-zip;
6. User Gate;
7. TrueConf (client).

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>

5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>
----	--------------------------------------	--	---

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

Для изучения дисциплины 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 «*Основы предпринимательства*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, рассмотрение конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках данной дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направлением подготовки 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 заседания кафедры на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 « <i>Реклама и связи с общественностью</i> » ( <i>бакалавриат</i> ), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания кафедры  №12  от 28 февраля 2023 г.	—:—:—
2.		Протокол заседания кафедры  № ____  от « ____ » _____ 20 ____ г.	—:—:—





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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 февраля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ**

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

**Направленность (профиль)**  
**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА**  
**БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
**очная**

Москва 2023  
**СОДЕРЖАНИЕ**


<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27
5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Политические 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 08.06.17 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Политические коммуникации**» разработана рабочей группой в составе: к.п.н. доц. Щетинина Н.Н., к.и.н. доц. Полунина О.С.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
 Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой Д.э.н., профессор		Д.А. Шевченко
(подпись)		

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей ЗАО «Аргументы и факты»
--

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

(подпись)



ORTA Communications Group  
 Генеральный директор



А.В. Сафронов

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор Дипломатическая Академия МИД РФ		Е.Н. Пашенцев
	(подпись)	
К.ф.н., доцент		В.А. Матанис
	(подпись)	

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

**Цель учебной дисциплины «Политические коммуникации»** является – сформировать у студентов систему знаний и навыков в области избирательных технологий, применительно к политическому процессу современной России.

**Задачи учебной дисциплины «Политические коммуникации»:**

- дать представление о природе современного электорального процесса;
- научить выявлять и анализировать основные стратегии и тактики избирательных кампаний;
- овладеть средствами и методами процесса организации и проведения избирательных кампаний;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических избирательных кампаний;
- научить применять различные методы решения организационных, медийных и других коммуникационных задач в ходе проведения избирательных кампаний.

### 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-2; ПК-1 в соответствии с учебным планом.

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции  Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
-------------------------------------	---	--	---------------------

Командная работа и лидерство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития  ОПК-2.2.Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать:систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития  Уметь:учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
	ПК-1 Способен участвовать в реализации маркетинговых кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Знает этапы и механизмы реализации маркетинговых и коммуникационных кампаний и мероприятий  ПК-1.2. Обоснованно прогнозирует результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать:этапы и механизмы реализации маркетинговых и коммуникационных кампаний и мероприятий  Уметь:обоснованно прогнозировать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

#### очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2
		Семестр 4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	72	

Лекционные занятия		32
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия		40
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>63</b>	<b>63</b>
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
Форма промежуточной аттестации	зачет	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>

## 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	<i>из них: в форме практической</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической</i>	Консультации / Иная	<i>из них: в форме практической</i>
<b>Модуль 1 (Курс 2 Семестр 4)</b>										
<b>РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе</b>	44	21	10		13					
<b>РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии</b>	44	21	10		13					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	из них: в форме практической	Практические занятия	из них: в форме практической	Лабораторные занятия	из них: в форме практической	Консультации / Иная	из них: в форме практической
<b>РАЗДЕЛ 3.</b> <b>Реализация предвыборной кампании</b>	47	21	12		14					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	9									
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>63</b>	<b>32</b>		<b>40</b>					

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе

*Цель: Изучить основные понятия, связанные с избирательными технологиями*

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, медиация, электоральное поле.

Понятие «избирательная кампания». Избирательные циклы. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные.

Субъекты и объекты – участники избирательных кампаний. Специфика организации их взаимодействия в России.

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

**Форма практического задания:** аналитическая записка

Необходимо проанализировать применение избирательных технологий на примере предвыборной кампании любого политика/политической партии.

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма рубежного контроля – контрольная работа (аналитическая записка).**

Сформировать бюджет избирательной кампании нового политического субъекта – политика или партии. Формат текста – аналитическая записка. Объем 3 – 5 страниц основного текста (14 пт, 1,5 интервал).

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## **РАЗДЕЛ 2. Современные избирательные технологии.**

*Цель: Изучить современную систему избирательных технологий и ее основные элементы*

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Роль и место медиа в избирательных технологиях. Использование инструментов связей с общественностью и рекламы в избирательном процессе. Растущая роль интернет-коммуникаций, bigdata.

Имиджмейкерство как избирательная технология. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.

Немедийные способы коммуникации в рамках избирательного процесса.

Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**



### **Форма практического задания: аналитическая записка**

Необходимо подготовить аналитическую записку «Использование инструментов связей с общественностью и рекламы в избирательном процессе (на примере любого политика или политической партии)».

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма рубежного контроля – контрольная работа (аналитическая записка).**

Необходимо написать аналитическую записку «Характеристика имиджей российских и зарубежных политиков».

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

### **РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании.**

***Цель: Изучить особенности реализации стратегии и тактики предвыборной кампании***

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Избирательные технологии в политическом пространстве современной России. Типология избирательных технологий, применяемых в России и в мире.

Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.

Разработка комплекса коммуникативных мероприятий, оценки и контроль качества выполненных работ. Виды подрядчиков и партнеров для проведения избирательной кампании.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

### Форма практического задания: аналитическая записка

Необходимо подготовить аналитическую записку «Типология избирательных кампаний в России и мире. Сравнительный анализ».

В записке необходимо попробовать описать все возможные инструменты.

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

### Форма рубежного контроля – контрольная работа (аналитическая записка).

Необходимо сформулировать бриф для подрядчика избирательной кампании (любого профиля деятельности, по выбору).

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

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

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

#### *Зачной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
РАЗДЕЛ 1. Эволюция взглядов	21	Подготовка к контрольной работе. Самостоятельное освоение темы

<b>на политическое консультирование. Место и роль политического консалтинга в функционировании политической системы общества</b>		
<b>РАЗДЕЛ 2.</b> <b>Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения</b>	21	<b>Подготовка к контрольной работе.</b> <b>Самостоятельное освоение темы</b>
<b>РАЗДЕЛ 3.</b> <b>Стратегия и тактика избирательной кампании. Этапы избирательной кампании и ее коммуникационная поддержка</b>	21	<b>Подготовка к контрольной работе.</b> <b>Самостоятельное освоение темы</b>
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	63	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	63	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

1. Предпосылки появления политических консультаций, эволюция консультационных услуг.

2. Становление и развитие политического консалтинга как инструмента диагностики состояния политического рынка и прогнозирования будущего состояния политических систем.
3. Научная база для обеспечения деятельности политических консультантов. Роль социологических и психологических методов исследования для обеспечения высокого качества и достоверности результатов.
4. Виды политического консультирования, особенности работы в ходе политических кампаний.
5. Субъекты и объекты политического консультирования, основы их взаимодействия – законность, конфиденциальность, особенности документооборота.
6. Национальная специфика деятельности по политическому консультированию.

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

1. Предпосылки появления политических консультаций, эволюция консультационных услуг.
2. Становление и развитие политического консалтинга как инструмента диагностики состояния политического рынка и прогнозирования будущего состояния политических систем.
3. Научная база для обеспечения деятельности политических консультантов. Роль социологических и психологических методов исследования для обеспечения высокого качества и достоверности результатов.
4. Виды политического консультирования, особенности работы в ходе политических кампаний. Субъекты и объекты политического консультирования, основы их взаимодействия.
5. Национальная специфика деятельности по политическому консультированию.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

#### **Основная литература:**

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>
2. Гг и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450420>

#### **Дополнительная литература**

1. *Андреев, А. Л.* Политическая психология : учебное пособие для вузов / А. Л. Андреев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07079-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455234>
2. *Грачев, Н. И.* Территориальная организация публичной власти : учебное пособие для вузов / Н. И. Грачев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 483 с. — (Высшее

- образование). — ISBN 978-5-534-11801-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456811>
3. *Евгеньева, Т. В.* Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454078>
  4. *Елисеев, С. М.* Политическая социология : учебник и практикум для вузов / С. М. Елисеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01227-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450615>
  5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>
  6. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
  7. *Мухаев, Р. Т.* История политических и правовых учений (с хрестоматией на CD) : учебник для бакалавров / Р. Т. Мухаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 694 с. — (Бакалавр и магистр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2863-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426093>
  8. Основы государственного и муниципального управления. Агенты и технологии принятия политических решений : учебник и практикум для вузов / Г. А. Меньшикова [и др.] ; под редакцией Г. А. Меньшиковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05290-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451477>
  9. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450323>
  10. *Паначева, А. С.* Политическая культура : учебное пособие для вузов / А. С. Паначева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08329-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452862>
  11. *Потапов, Ю. А.* Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447084>
  12. *Семенов, В. А.* Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455023>
  13. *Спиноза, Б.* Политический трактат / Б. Спиноза ; переводчик С. М. Роговин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 110 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07488-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455733>

14. Технология формирования имиджа, пр и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13625-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466145>
15. Политическая социология: учебник для вузов / Ж. Т. Тощенко [и др.] ; под редакцией Ж. Т. Тощенко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 526 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-89563-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449925>
16. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454082>

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Объективные и субъективные слагаемые политического выбора. Изучение «избирательной конъюнктуры». Сегментирование и позиционирование электорального поля. Модели электората. Мотивы электорального поведения. Методы работы с избирателями. Типы избирателей (адаптированный, автономный, отклоняющийся). Падение лояльности избирателей – «колеблющийся избиратель». Выбор средств общения с избирателями.
2. Виды и методы исследований. Проведение опросов в ходе современных избирательных кампаний. Критерии выбора исследователя (личность, опыт, новаторство, доступность, рекомендации). Качественные и количественные замеры. Элементы исходного исследования (политические настроения, взгляды по важным вопросам, личность, камень преткновения для заказчика, контраст с конкурентами). Базовый опрос (стандартный замер, политический блок, личностный блок, проблемный блок, информационный блок, «паспортичка»). Исследования на завершающей стадии. Фокус - группы.
3. Результаты опроса как фактор воздействия на электорат.

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

1. Объективные и субъективные слагаемые политического выбора. Изучение «избирательной конъюнктуры».
2. Виды и методы исследований.
3. Результаты опроса как фактор воздействия на электорат.
4. Формирование стратегии: постановка задачи. Этапы избирательного процесса. Составление паспорта избирательного округа.
5. Подходы к формированию стратегии, стратегия на основе положительного образа. Стратегия отождествления. Стратегия кампании и активность избирателей.
6. Определение ключевой проблемы. Цели кампании. Выработка основных лозунгов.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

#### **Основная литература:**

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва :

- Издательство Юрайт, 2023. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>
2. Гг и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450420>

### Дополнительная литература

1. *Андреев, А. Л.* Политическая психология : учебное пособие для вузов / А. Л. Андреев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07079-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455234>
2. *Грачев, Н. И.* Территориальная организация публичной власти : учебное пособие для вузов / Н. И. Грачев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 483 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11801-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456811>
3. *Евгеньева, Т. В.* Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454078>
4. *Елисеев, С. М.* Политическая социология : учебник и практикум для вузов / С. М. Елисеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01227-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450615>
5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>
6. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
7. *Мухаев, Р. Т.* История политических и правовых учений (с хрестоматией на CD) : учебник для бакалавров / Р. Т. Мухаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 694 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2863-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426093>
8. Основы государственного и муниципального управления. Агенты и технологии принятия политических решений : учебник и практикум для вузов / Г. А. Меньшикова [и др.] ; под редакцией Г. А. Меньшиковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05290-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451477>
9. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450323>

10. *Паначева, А. С.* Политическая культура : учебное пособие для вузов / А. С. Паначева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08329-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452862>
11. *Потапов, Ю. А.* Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447084>
12. *Семенов, В. А.* Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455023>
13. *Спиноза, Б.* Политический трактат / Б. Спиноза ; переводчик С. М. Роговин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 110 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07488-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455733>
14. Технология формирования имиджа, pr и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13625-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466145>
15. Политическая социология: учебник для вузов / Ж. Т. Тощенко [и др.] ; под редакцией Ж. Т. Тощенко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 526 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-89563-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449925>
16. *Чуев, С. В.* Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454082>

### Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

#### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Формирование стратегии: постановка задачи. Этапы избирательного процесса. Составление паспорта избирательного округа.
2. Подходы к формированию стратегии, стратегия на основе положительного образа. Стратегия отождествления. Стратегия кампании и активность избирателей.
3. Определение ключевой проблемы. Цели кампании. Выработка основных лозунгов.
4. Предвыборная программа. Формирование бюджета.
5. Тактический рисунок. Спецпроекты. Мероприятия (основные, поддерживающие, обеспечивающие). Агитационно-рекламное направление. Использование СМИ в электоральной политике. Прямая и косвенная реклама в СМИ. Понятие информационная карта. Информационные поводы. Скандал как информационный повод. Медиатизация.
6. Работа команды агитаторов. Программа «От двери к двери». Телефонная агитация. Рассылка агитационных материалов. Встречи кандидата с избирателями. Дебаты. Массовые мероприятия (пикеты, митинги, конференции, концерты, сбор подписей, общественные приемные, наблюдатели в день голосования).
7. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.



### Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:

1. Предвыборная программа. Формирование бюджета.
2. Тактический рисунок. Спецпроекты. Мероприятия (основные, поддерживающие, обеспечивающие). Агитационно-рекламное направление. Использование СМИ в электоральной политике.
3. Работа команды агитаторов.
4. Стратегия контрмер и ответных действий. Фоновые кандидаты.
5. Разрушение положительного образа конкурента.
6. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.

### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

#### Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>
2. Гг и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450420>

#### Дополнительная литература

1. *Андреев, А. Л.* Политическая психология : учебное пособие для вузов / А. Л. Андреев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07079-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455234>
2. *Грачев, Н. И.* Территориальная организация публичной власти : учебное пособие для вузов / Н. И. Грачев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 483 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11801-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456811>
3. *Евгеньева, Т. В.* Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454078>
4. *Елисеев, С. М.* Политическая социология : учебник и практикум для вузов / С. М. Елисеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01227-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450615>
5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>

6. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
7. Мухаев, Р. Т. История политических и правовых учений (с хрестоматией на CD) : учебник для бакалавров / Р. Т. Мухаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 694 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2863-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426093>
8. Основы государственного и муниципального управления. Агенты и технологии принятия политических решений : учебник и практикум для вузов / Г. А. Меньшикова [и др.] ; под редакцией Г. А. Меньшиковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05290-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451477>
9. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450323>
10. Паначева, А. С. Политическая культура : учебное пособие для вузов / А. С. Паначева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08329-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452862>
11. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447084>
12. Семенов, В. А. Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455023>
13. Спиноза, Б. Политический трактат / Б. Спиноза ; переводчик С. М. Роговин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 110 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07488-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455733>
14. Технология формирования имиджа, pr и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13625-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466145>
15. Политическая социология: учебник для вузов / Ж. Т. Тощенко [и др.] ; под редакцией Ж. Т. Тощенко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 526 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-89563-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449925>
16. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454082>

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

### ***Написание аналитической записки (доклада).***

*Требования к аналитической записке (доклада).* Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме, а также собственных изысканий и выводов автора.

Основные требования к оформлению:

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

*Аналитическая записка* оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «TimesNewRoman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

*Аналитическая записка* сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке *аналитической записки* на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

## 4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
-------------------------	--

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<p><b>РАЗДЕЛ 1.</b></p> <p><b>Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе</b></p>	ОПК-2	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История политического пиар и рекламы. Основные научные школы и прикладные исследования, создающие подходы к деятельности. Тенденции и современные средства и методы политической коммуникации.</li> <li>2. Уровни и виды политического пиар и рекламы. Этапы управления политическим пиар и рекламой как системной деятельностью.</li> <li>3. Основные участники политического коммуникационного процесса. Специфика субъектно-объектных отношений. Требования к профессионалам в области политического пиар и рекламы, критерии оценки деятельности.</li> <li>4. Политический пиар и политическая реклама: типология, тенденции, каналы распространения.</li> <li>5. Этапы политических кампаний, содержание коммуникаций на различных стадиях.</li> <li>6. Планирование избирательной кампании. Виды стратегий и тактика избирательных кампаний.</li> </ol>

		ПК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.</li> <li>2. Электоральное поле - объективные и субъективные слагаемые политического выбора, «избирательная конъюнктура». Сегментирование и позиционирование электорального поля. Модели электората (адаптированный, автономный, отклоняющийся). Выбор средств общения с избирателями.</li> <li>3. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Виды и методы исследований. Проведение опросов в ходе современных избирательных кампаний. Критерии выбора исследователя (опыт, новаторство, доступность, рекомендации).</li> <li>4. Средства и каналы коммуникации для политического пиар и рекламы. Особенности функционирования, в том числе с учетом вопросов информационной безопасности, законодательных ограничений и этических норм.</li> <li>5. Конкурентная борьба, выстраивание коммуникационной политики по отношению к конкурентам. Политическая реклама и PR в формировании образов конкурентов.</li> <li>6. Принципы работы со специализированными агентствами – конфиденциальность, законность, прозрачный документооборот.</li> </ol>
2.	<b>РАЗДЕЛ 2.</b> <b>Современные избирательные</b>	ОПК-2	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, медиация, электоральное поле.</li> <li>2. Понятие «избирательная кампания». Избирательные циклы.</li> <li>3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий.</li> <li>4. Роль и место медиа в избирательных технологиях. Использование</li> </ol>



	<b>технологии</b>			<p>инструментов связей с общественностью и рекламы в избирательном процессе.</p> <p>5. Субъекты и объекты – участники избирательных кампаний. Специфика организации их взаимодействия в России</p>
		ПК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Имиджмейкерство как избирательная технология.</li> <li>2. Немедийные способы коммуникации в рамках избирательного процесса.</li> <li>3. Некорректные избирательные технологии.</li> <li>4. Технологии отвлечения внимания, вирусные технологии</li> <li>5. Растущая роль интернет-коммуникаций, bigdata.</li> <li>6. Нью мелиа и продвижение в интернете</li> <li>7. Искусственный интеллект на службе политических технологий</li> </ol>
	<b>РАЗДЕЛ 3. Реализация предвыборной кампании</b>	ОПК-2	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России. Типология избирательных технологий, применяемых в России и в мире.</li> <li>2. Определение целей избирательной кампании. Выделение целевых групп избирателей.</li> <li>3. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.</li> <li>4. Основные этапы становления и развития цифровой гуманитаристики</li> <li>5. Основные направления применения компьютерных технологий в гуманитарной сфере</li> <li>6. Структура и содержание цифровой гуманитаристики</li> </ol>

				7. Основные этапы развития цифровой гуманитаристики
		ПК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности текстов политической коммуникации</li> <li>2. Внедрение технологий искусственного интеллекта в политические коммуникации</li> <li>3. Нью медиа как новые каналы политической коммуникации</li> <li>4. Виды контента, применяемого в политических технологиях</li> <li>5. Спичрайтинг, копирайтинг, видео-продакшн, репортажная фотография, подкасты – применение в политических технологиях</li> <li>6. Этические аспекты политических технологий, регулирование</li> </ol>

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

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

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
ОПК-2	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Предпосылки появления политических консультаций, эволюция консультационных услуг.</li><li>2. Становление и развитие политического консалтинга как инструмента диагностики состояния политического рынка и прогнозирования будущего состояния политических систем.</li><li>3. Научная база для обеспечения деятельности политических консультантов. Роль социологических и психологических методов исследования для обеспечения высокого качества и достоверности результатов.</li><li>4. Национальная специфика деятельности по политическому консультированию.</li><li>5. Виды политического консультирования, особенности работы в ходе политических кампаний. Субъекты и объекты политического консультирования, основы их взаимодействия.</li><li>6. Подходы к формированию стратегии, стратегия на основе положительного образа. Стратегия отождествления. Стратегия кампании и активность избирателей.</li><li>7. Определение ключевой проблемы. Цели кампании. Выработка основных лозунгов.</li><li>8. Имиджмейкерство в политике. Виды имиджей, методы формирования, причины успеха и неуспеха.</li></ol>
ПК-1	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Объективные и субъективные слагаемые политического выбора. Изучение «избирательной конъюнктуры».</li><li>2. Виды и методы исследований.</li><li>3. Результаты опроса как фактор воздействия на электорат.</li><li>4. Формирование стратегии: постановка задачи. Этапы избирательного процесса. Составление паспорта избирательного округа.</li><li>5. Предвыборная программа. Формирование бюджета.</li><li>6. Тактический рисунок. Спецпроекты. Мероприятия (основные, поддерживающие, обеспечивающие). Агитационно-рекламное направление. Использование СМИ в электоральной политике.</li><li>7. Работа команды агитаторов.</li><li>8. Стратегия контрмер и ответных действий. Фоновые кандидаты.</li></ol>

**РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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

### Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>
2. Гр и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450420>

### Дополнительная литература

1. *Андреев, А. Л.* Политическая психология : учебное пособие для вузов / А. Л. Андреев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07079-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455234>
2. *Грачев, Н. И.* Территориальная организация публичной власти : учебное пособие для вузов / Н. И. Грачев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 483 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11801-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456811>
3. *Евгеньева, Т. В.* Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454078>
4. *Елисеев, С. М.* Политическая социология : учебник и практикум для вузов / С. М. Елисеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01227-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450615>
5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>
6. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
7. *Мухаев, Р. Т.* История политических и правовых учений (с хрестоматией на CD) : учебник для бакалавров / Р. Т. Мухаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 694 с. — (Бакалавр и магистр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2863-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426093>
8. Основы государственного и муниципального управления. Агенты и технологии принятия политических решений : учебник и практикум для вузов / Г. А. Меньшикова [и др.] ; под редакцией Г. А. Меньшиковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 387 с. —

- (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05290-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451477>
9. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450323>
10. Паначева, А. С. Политическая культура : учебное пособие для вузов / А. С. Паначева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08329-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452862>
11. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447084>
12. Семенов, В. А. Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455023>
13. Спиноза, Б. Политический трактат / Б. Спиноза ; переводчик С. М. Роговин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 110 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07488-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455733>
14. Технология формирования имиджа, пр и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13625-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466145>
15. Политическая социология: учебник для вузов / Ж. Т. Тощенко [и др.] ; под редакцией Ж. Т. Тощенко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 526 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-89563-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449925>
16. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454082>

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная	Электронно-библиотечная система для ВУЗов,	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>

	платформа Юрайт	ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

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

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.

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

#### 5.4.1. Средства информационных технологий

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

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

1. Операционная система: AstraLinux SE

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

\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями (указать какими, например, таблицы «Основная грамматика английского языка»), экранно-звуковыми средствами обучения (указать какими, например, CD «Разговорный английский»), демонстрационными материалами (указать какими, например, комплект демонстрационных материалов (фолий) «Страноведение.США»), видеофильмами DVD (указать какими).

**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 (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* 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 42.04.02 «Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 529	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____



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

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

\_\_\_\_\_/Пивнева С.В./

28.03.2023 г..

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Направление подготовки  
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Направленность  
«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения  
Очная

Москва 2023

#### СОДЕРЖАНИЕ СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12

3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	25
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	25
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.6. Образовательные технологии	26
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>27</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Коммуникативное проектирование» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Коммуникативное проектирование» разработана рабочей группой в составе Гундарин М.В., к.филос. н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»



Н.Н. Терещенко

Директор по региональной рекламе

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup



А.В. Сафронов

Генеральный директор

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Е.Н. Пашенцев

Дипломатическая Академия МИД РФ

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в формировании обучающимися представления и получения ими теоретических знаний о сущности связей с общественностью как сферы социальной и бизнес-деятельности человека, о процессах выстраивания коммуникационных стратегий, о полном цикле функционирования информационного сообщения – от источника до конечного адресата, а также в формировании практических умений работы с информацией в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

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

### 1.2 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, **общепрофессиональных и профессиональных** компетенций: ОПК-4; ПК-1 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Код компетенции Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в своей профессиональной деятельности	ОПК-4.1. (общий по УГСН) Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Знать: особенности различных аудиторий и социальных групп  Уметь: использовать различные аналитические данные для создания креативного продукта, при разработке креативного решения

<p>ПК-1 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>ПК-1.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики ПК-1.2. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p>	<p>Знать: технологии создания креативного продукта, требования к творческому процессу Уметь: разрабатывать бриф, взаимодействовать с заказчиком, применять необходимые технологии</p>
---	---	---

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		4	
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	40	40	
Лекционные занятия	16	16	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	24	24	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Консультации / Иная контактная работа	32	32	
<i>из них в форме практической подготовки</i>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	72	72	
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	0	0	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет	Зачет	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	144	

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Са мос то я ель ная ра бота	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Вс е го	Лек цио н ные зан ятия	<i>из них: в форме практич еской подгото вки</i>	Пра кти чес кие зан ятия	<i>из них: в форме практич еской подгото вки</i>	Лаб ор атор ные зан ятия	<i>из них: в форме практич еской подгото вки</i>	Кон суль та ции / Ина я кон такт ная рабо та	<i>из них: в форме практич еской подготов ки</i>
<b>Семестр 3</b>											
<b>Раздел 1.</b>	27	9	18	4		6				8	
Тема 1.1.	14	4	9	2		3				4	
Тема 1.2.	13	5	9	2		3				4	
<b>Раздел 2.</b>	27	9	18	4		6				8	
Тема 2.1.	13	4	9	2		3				4	
Тема 2.2.	14	5	9	2		3				4	
<b>Раздел 3.</b>	27	9	18	4		6				8	
Тема 3.1.	15	4	9	2		3				4	
Тема 3.2.	12	5	9	2		3				4	
<b>Раздел 4.</b>	27	9	18	4		6				8	
Тема 4.1.	13	5	9	2		3				4	

	Виды учебной работы, академических часов										
Тема 4.2.	14	4	9	2		3				4	
<b>Раздел. Контроль тема промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>36</b>	<b>68</b>	<b>16</b>		<b>24</b>				<b>32</b>	

### 2.3. Содержание дисциплины

#### РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы связей с общественностью

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Определение PR. PR, маркетинг, реклама и пропаганда – общее и различное. Философия и социология PR. Объекты и субъекты PR. Сферы применения PR.

##### Тема 1.1. Базовые понятия и основы PR-деятельности.

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Специфические особенности PR. Составляющие PR-деятельности: цель, субъект, объект, акты, способы, средства, результат PR-деятельности.

##### Тема 1.2. Области применения PR

##### Перечень изучаемых элементов содержания

**Сферы применения PR (сферы функционирования).** Политический PR. Сфера государственного PR. Коммерческий PR (бизнес -PR). Промышленный PR. Культурно-развлекательный и спортивный PR развивается очень активно. Социальный PR: здравоохранение, образование, НИИ, сфера работы с инвалидами, сиротами и т.п.

#### ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

##### Тема практического занятия: техническое задание для PR

**Форма практического задания:** контрольная работа (Анализ PR-кейса).

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

**форма рубежного контроля** – контрольная работа (анализ и оценка с точки зрения пройденного материала реального PR-кейса).

## **РАЗДЕЛ 2. Механизмы пиара**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

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

**Тема 2.1. Основные группы приемов психологического влияния в PR-деятельности. Социальные механизмы пиара.**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Техника отвлечения, техника дефрагментации, техника создания полуправды, техника конструирования, техника сопоставления, техника апеллирования, техника семантического манипулирования.

### **Тема 2.2. Креативные технологии в пиаре.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Основные приемы креативных технологий при создании PR-продуктов (кампаний). Карты Проппа. SCAMER. Гипотеза. «Что было потом», «Гипотеза» и др.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Тема практического занятия: техническое задание для PR**

**Форма практического задания: контрольная работа (анализ PR-кейса).**

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – контрольная работа (анализ и оценка с точки зрения пройденного материала реального PR-кейса).**

## **РАЗДЕЛ 3. Планирование в связях с общественностью**

### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Виды планирования. Глубина планирования. Анализ внешней среды. Анализ конкурентов. Оценка результатов и отчетность. Современные инструменты оценки эффективности в сфере коммуникаций.

### **Тема 3.1 Цели и инструменты планирования в PR.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Стратегическое и тактическое планирование PR-деятельности. Оперативное планирование в PR. Этапы планирования. Оценка результатов.

### **Тема 3.2. Оценка эффективности в сфере PR.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Современные инструменты мониторинга инфополя. Медиалогия, Интегрум и др. IT-решения для мониторинга инфополя и оценки эффективности PRи анализа конкурентов. Возможности этих инструментов (выгрузка упоминаний за период, оценка характера и тональности упоминаний, построение диаграмм и отчетов).

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия: техническое задание для PR**

**Форма практического задания: контрольная работа (построение оперативного плана PR-активности).**

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – контрольная работа (Построение стратегического и тактического планов PR-кампании).**

## РАЗДЕЛ 4. Технологии современного пиара.

**Перечень изучаемых элементов содержания.  
Определение. Цели. Виды.**

### Тема 4.1.

**Что такое PR технологии и для чего они нужны.**

**Перечень изучаемых элементов содержания.**

PR-технологии: совокупность методов, приёмов и средств, используемых PR-специалистами для достижения желаемого результата. Область применения: для продвижения коммерческих компаний, артистов, политических деятелей, экспертов, товаров.

Цель PR-технологий — повлиять на мнение потенциальных потребителей. Эти технологии позволяют:

- создать положительный имидж субъекта PR;
- поддержать репутацию и избавиться от негатива;
- привлечь потребителей и закрепиться на рынке;
- улучшить взаимодействие с целевой аудиторией.

### Тема 4.2. Виды PR технологий

**Перечень изучаемых элементов содержания.**

**Белый пиар. Нативный пиар. Создание уникального контента. Реагирование на чужие информационные поводы. Черный, серый, желтый, зеленый, розовый пиар.**

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

**Тема практического занятия: техническое задание для PR**

**Форма практического задания:** контрольная работа (анализ реального PR-кейса и идентификация применяемых технологий).

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

**форма рубежного контроля – контрольная работа (Построение проекта PR-активности с применением указанных видов технологий).**

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

### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

*Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
--------------	------------------	----------------------------

<b>Семестр 3</b>		
Раздел 1. <b>Креативный процесс: понятие, этапы</b>	2	Творческая работа
	2	Контрольная работа
	4	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. <b>Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей.</b>	4	Творческая работа
	4	Творческая работа
	6	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. <b>Техники на основе выбора решений и аналитики</b>	3	Творческая работа
	3	Творческая работа
	6	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>34</b>	

### **3.2 Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

1. Определение PR, рекламы и пропаганды. Общее и различное.
2. Предпосылки возникновения связей с общественностью.
3. Коммуникативные особенности СО.
4. Цели связей с общественностью. Задачи СО. Функции СО.
5. Основные этапы становления и развития СО.
6. Особенности вербальных коммуникаций в СО.

7. Структура PR-деятельности.
8. PR и социум.
9. Сферы применения PR.
10. Особенности политического PR.
11. Особенности государственного PR.
12. PR в промышленности.
13. PR в искусстве.
14. PR в социальной сфере.
15. PR в коммерческих компаниях.
16. Персональный пиар.
17. PR как бизнес.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

#### **Основная литература**

1. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285>.
2. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001>.

#### **Дополнительная литература**

1. Винник, У. А. Креативные технологии брендинга : учебное пособие / У. А. Винник, Н. В. Фадина ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва". - Саранск : Издательство Мордовского университета, 2019. - 109, [1] с. : ил., табл.; ISBN 978-5-7103-3892-6
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>.
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.
4. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

1. Специальные PR-мероприятия, как форма взаимодействия с общественностью.
2. Цели и задачи внешнего PR.
3. Процесс PR-воздействия. Специфика процесса.
4. Основные законодательные акты, регулирующие СО.
5. Специфика саморегулирования в СО. Основные документы саморегулирования.
6. Сущность Афинского кодекса.
7. Цели и задачи внутрифирменных коммуникаций.
8. Виды внутрифирменных PR-коммуникаций. Достоинства и недостатки.
9. Аудитории внутрикорпоративного PR. Характеристики аудиторий.
10. Корпоративная культура. Роль PR в формировании корпоративной культуры.
11. Внешний PR. Основные группы общественности.
12. Характеристики групп общественности и их особенности.
13. Пресс-служба. Структура пресс-службы.
14. Структура типового PR-агентства.
15. Профессиональные требования к специалисту в сфере связей с общественностью.

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

### **Основная литература**

1. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285>
2. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001>

### **Дополнительная литература**

1. Винник, У. А. Креативные технологии брендинга : учебное пособие / У. А. Винник, Н. В. Фадина ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва". - Саранск : Издательство Мордовского университета, 2019. - 109, [1] с. : ил., табл.; ISBN 978-5-7103-3892-6
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. —

Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>.

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.
4. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**

1. Управление PR-процессом. Постановка цели и планирование в СО.
2. Управление PR-процессом. Контроль и оценка эффективности деятельности.
3. Обзор инструментов для мониторинга информационного поля и анализа конкурентов. Преимущества и недостатки.
4. GR.
5. Медиапланирование вСО.

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

##### **Основная литература**

1. Барышева, Т. А. Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285>.
2. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514001>.

##### **Дополнительная литература**

1. Винник, У. А. Креативные технологии брендинга : учебное пособие / У. А. Винник, Н. В. Фагина ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования “Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва”. - Саранск :



- Издательство Мордовского университета, 2019. - 109, [1] с. : ил., табл.; ISBN 978-5-7103-3892-6
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>.
  3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.
  4. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.

#### **Задания для самостоятельной работы к разделу 4**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к разделу 4:**

1. Специфика связей с общественностью в коммерческих структурах.
2. Специфика связей с общественностью в некоммерческих структурах.
3. Правила взаимодействия со СМИ.
4. Функции специалиста по СО во взаимодействии со СМИ.
5. Основные формы взаимодействия со СМИ, их достоинства и недостатки.
6. Брифинг как форма взаимодействия со СМИ.
7. Пресс-конференция, как форма взаимодействия со СМИ.
8. Пресс-релиз, как инструмент взаимодействия со СМИ.
9. Особенности подготовки пресс-релиза.
10. Особенности использования современных технологий в связях с общественностью.
11. Понятие информационного повода. Использование информационных поводов в PR.
12. Кризисные коммуникации. Цели и задачи кризисного PR.

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### *Требования к структуре реферата (доклада):*

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

##### Основные требования к оформлению:

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полупорный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно

	справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

### **4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине**

##### **Раздел 1 Теоретические основы связей с общественностью**

**Форма рубежного контроля:** контрольная работа (оценка реального PR-кейса).

#### **Задания рубежного контроля**

Студенту необходимо выбрать для анализа две PR-кампании, которые были реализованы не более полугода назад (либо находятся на стадии реализации). Он должен рассмотреть, каковы цели и задачи кампании. На кого ориентированы активности, какие формы взаимодействия со СМИ (аудиторией) выбраны. Необходимо доказать, почему речь идет именно о PR-кампаниях, а не о рекламных. Объяснить достигли ли кампании целей (в идеале необходимо выбрать кейсы спозитивным и с негативным опытом).

При анализе обоснуйте, почему одни решения вы оцениваете положительно, а другие негативно.

#### **Код контролируемой компетенции ОПК-4**

**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в своей профессиональной деятельности**

**ОПК-4.1.**

**ОПК-4.2.**

#### **Код контролируемой компетенции ПК-1**

**Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики**

**ПК-1.1.**

**ПК-1.2.**

## **Раздел 2 Механизмы пиара**

**Форма рубежного контроля:** контрольная работа (разбор реальных PR-кейсов с точки зрения эффекта на аудиторию).

### **Задания рубежного контроля**

Проанализируйте предложенные PR-активности с точки зрения психологических механизмов, используемых в их подготовке. С какой целью задействованы эти механизмы? На какую аудиторию они ориентированы. Докажите, что желаемый эффект достигнут. Обоснуйте Ваш ответ.

**Код контролируемой компетенции ОПК-4**

**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в своей профессиональной деятельности**

**ОПК-4.1.**

**ОПК-4.2.**

**Код контролируемой компетенции ПК-1**

**Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики**

**ПК-1.1.**

**ПК-1.2.**

## **Раздел 3 Планирование в связях с общественностью**

**Форма рубежного контроля** Творческая работа (подготовка оперативного, тактического и стратегического плана PR-организации (мероприятия)).

### **Задания рубежного контроля**

Подготовьте подробный оперативный, тактический и стратегический планы PR-продвижения мероприятия (либо организации, либо персоны). При подготовке работы проанализируйте не менее двух уже существующих примеров похожих концепций .

**Код контролируемой компетенции ОПК-4**

**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в своей профессиональной деятельности**

**ОПК-4.1.**

**ОПК-4.2.**

**Код контролируемой компетенции ПК-1**

**Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики**

**ПК-1.1.**

**ПК-1.2.**

## **Раздел 4 Технологии современного пиара**

**Форма рубежного контроля** Творческая работа (проработка PR-активности с использованием не менее трех технологий PR. Обоснование выбора).

### **Задания рубежного контроля**

Подготовьте презентацию PR-продвижения события с использованием не менее трех технологий PR. Обоснуйте Ваш выбор. В качестве примеров-доказательств приведите ейсы из реальной практики.

### **Код контролируемой компетенции ОПК-4**

**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в своей профессиональной деятельности**

**ОПК-4.1.**

**ОПК-4.2.**

### **Код контролируемой компетенции ПК-1**

**Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики**

**ПК-1.1.**

**ПК-1.2.**

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины «Креативные технологии»**

#### **5.1.1. Основная литература**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7093-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451340>.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455249>.

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

3. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр.



Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>.

4. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486>.
5. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453642>.
6. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009>.

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

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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 практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет

право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### 5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины

##### 5.4.1. Средства информационных технологий

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

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

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

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

##### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

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

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

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

## **5.6. Образовательные технологии**

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

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

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

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением заседания кафедры на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (бакалавр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524	Протокол заседания кафедры №12 от «28» февраля 2023 года	01.09.2023 г.
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20__ года	__.:__.:____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20__ года	__.:__.:____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20__ года	__.:__.:____



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

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных

технологий \_\_\_\_\_ /Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА»**

**Направление подготовки**

***42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»***

**Направленность (профиль)**

**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**

***Очная***

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27



5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в сфере производства» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда» (далее – ОПОП).

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в сфере производства» разработана рабочей группой в составе: Чардымский М.Г., к.э.н., доц., Гундарин М.В., к.ф.н., доц.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от 28 февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор

А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Маркетинг в сфере производства» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности и специфике маркетинга в сфере производства с их последующим применением в профессиональной сфере, практических умений и навыков в рамках организационно-управленческой деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. Знать цели, задачи, функции маркетинга, особенности маркетинга в сфере производства.
2. Сформировать представление о маркетинговой деятельности производственного предприятия на деловом рынке.
3. Уметь принимать обоснованные решения по формированию и реализации маркетинговой политики производственного предприятия.
4. Уметь разрабатывать программы сервисного обслуживания покупателей потребительских товаров.
5. Овладеть навыками создания рекламных обращений для продвижения товаров производственно-технического назначения на деловом рынке.

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

Процесс освоения дисциплины «Маркетинг в сфере производства» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникации	<b>Знать:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникации

	политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	онных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	онных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов	ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов  ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	<b>Знать:</b>  основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта  <b>Уметь:</b>  осуществлять реализацию коммуникационного продукта с учетом технологий маркетинговых коммуникаций

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в сфере производства» составляет 3 зачетные единицы.

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		4	
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54	
Лекционные занятия	18	18	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	36	36	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Лабораторные занятия			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Консультации / Иная контактная работа			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45	
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9	
Форма промежуточной аттестации		Зачет	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72-36</b>	

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Семестр 4</b>											
<b>Раздел 1.</b>											
<b>Основы маркетинга в сфере производства</b>	33	15	18	6			12				
Тема 1.1. Сущность маркетинга в сфере производства	11	5	6	2			4				
Тема 1.2. Особенности маркетинговой деятельности на деловом рынке	22	10	12	4			8				
<b>Раздел 2.</b>	33	15	18	6			12				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Товарная и ценовая политика производственного предприятия</b>											
Тема 2.1. Товарная политика	22	10	12	4		8					
Тема 2.2. Ценовая политика	11	5	6	2		4					
<b>Раздел 3. Сбытовая и коммуникационная политика производственного предприятия</b>	33	15	18	6		12					



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консултации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
Тема 3.1. Сбытовая политика	11	5	6	2		4					
Тема 3.2. Коммуникационная политика	22	10	12	4		8					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>										
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>18</b>		<b>36</b>					

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

## **РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА**

**Тема 1.1. Сущность маркетинга в сфере производства**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 1.2. Особенности маркетинговой деятельности на деловом рынке**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 1.**

**Тема практического занятия 1.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 1.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 2. ТОВАРНАЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Тема 2.1. Товарная политика**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 2.2. Ценовая политика**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 2.**

**Тема практического занятия 2.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 2.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 2.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

**РАЗДЕЛ 3. СБЫТОВАЯ И КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Тема 3.1. Сбытовая политика**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 3.2. Коммуникационная политика**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

### Задания к практическим занятиям раздела 3.

**Тема практического занятия 3.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 3.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

### Рубежный контроль к разделу 3.

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

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

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

**Очная форма обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Семестр 4</b>		
Раздел 1. Основы маркетинга в сфере производства	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 2.	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение

Товарная и ценовая политика производственного предприятия		задания рубежного контроля
Раздел 3. Сбытовая и коммуникационная политика производственного предприятия	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	45	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

**Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.**

**Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**

**Тема (вид задания) к Разделу 1:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1:**

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/510611>.
2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/514184>.
3. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/510948>.
4. Дивина, Т. В. Маркетинг в машиностроении : учебное пособие для вузов / Т. В. Дивина, Л. М. Демина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12630-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/495852>.
5. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/511294>.
6. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога: словарь / Д.А. Шевченко. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 515 с. — ISBN 978-5-16-017626-0. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863271>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

### **Тема (вид задания) к Разделу 2:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2:**

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/510611>.
2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/514184>.

3. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/510948>.
4. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/511984>.
5. Дивина, Т. В. Маркетинг в машиностроении : учебное пособие для вузов / Т. В. Дивина, Л. М. Демина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12630-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/495852>.
6. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/511294>.
7. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога: словарь / Д.А. Шевченко. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 515 с. — ISBN 978-5-16-017626-0. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863271>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**

### **Тема (вид задания) к Разделу 3:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3:**

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/510611>.
2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/514184>.
3. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/510948>.

4. Дивина, Т. В. Маркетинг в машиностроении : учебное пособие для вузов / Т. В. Дивина, Л. М. Демина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12630-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/495852>.
5. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/511294>.
6. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога: словарь / Д.А. Шевченко. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 515 с. — ISBN 978-5-16-017626-0. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863271>.

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

Освоение обучающимися основной профессиональной образовательной программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

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

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

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

Самостоятельная работа по дисциплине «Маркетинг в сфере производства» предполагает более глубокое изучение вопросов, входящих в учебно-тематический план, освоение дополнительных вопросов по тематике дисциплины и выполнение заданий рубежного контроля вне аудиторных занятий. Задания рубежного контроля представляют собой практические задания различных форм: исследовательская работа, творческое задание, организационно-управленческая работа, проект и др.

Варианты рубежного контроля (при их наличии) и срок выполнения назначаются преподавателем. Ответ к заданию рубежного контроля печатается на компьютере или мобильном устройстве и размещается в электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Задание рубежного контроля предоставляется на проверку в файле формата doc или docx.

Титульный лист оформляется по образцу. Ответ к заданию начинается на странице 2.

В зависимости от вида задания ответ формулируется деловым или научным языком, избегая грамматических и стилистических ошибок, а также сокращений. Допускаются только общепринятые сокращения единиц измерения, валют и т.п.



Основной тип шрифта в тексте ответа - Times New Roman, размер шрифта - 14 пунктов, междустрочный интервал - полуторный. В таблицах используется тот же тип шрифта размером 10 - 12 пунктов, междустрочный интервал - одинарный.

Текст ответа выравнивается по ширине. Заголовки выравниваются по центру и выделяются полужирным шрифтом.

Поля по краям страницы: сверху - 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа - 1,5 см. Номера страниц ставятся, начиная с стр. 2 в нижнем колонтитуле по правому краю. Титульный лист считается первой страницей документа. Номер на нем не ставится.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг в сфере производства» является зачет, который проводится в устной форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

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

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

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей,

рейтинговых баллов	допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. Основы маркетинга в сфере производства			
2.	Раздел 2. Товарная и ценовая политика производственного предприятия			
3.	Раздел 3. Сбытовая и коммуникационная политика производственного предприятия			

	<b>ТІЯ</b>			
--	------------	--	--	--

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

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

Код контролируемой компетенции	Вопросы /задания
ОПК-5	
ПК-3	

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/510611>.
2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/514184>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/510948>.
2. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/511984>.



3. Дивина, Т. В. Маркетинг в машиностроении : учебное пособие для вузов / Т. В. Дивина, Л. М. Демина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12630-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/495852>.
4. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/511294>.
5. Шевченко, Д. А. Словарь практического маркетолога: словарь / Д.А. Шевченко. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 515 с. — ISBN 978-5-16-017626-0. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863271>.

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

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	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> 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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 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.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Освоение обучающимся дисциплины «Маркетинг в сфере производства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинарских и практических занятий.

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 студент 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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

#### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. персональные компьютеры;
2. средства доступа в Интернет;
3. проектор.

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

1. операционная система Astra Linux SE;
2. пакет офисных программ LibreOffice;
3. справочная система Консультант+;
4. Okular или Acrobat Reader DC;
5. Ark или 7-zip;
6. User Gate;
7. TrueConf (client).

#### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

	"Grebennikon"	домом "Гребенников".	
--	---------------	----------------------	--

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

Для изучения дисциплины 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 *«Маркетинг в сфере производства»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, рассмотрение конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках данной дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направлением подготовки 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 заседания кафедры на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 « <i>Реклама и связи с общественностью</i> » ( <i>бакалавриат</i> ), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания кафедры  №12  от 28 февраля 2023 г.	—:—:—
2.		Протокол заседания кафедры  № ____  от « ____ » _____ 20 ____ г.	—:—:—





**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Технологии пропаганды и информационных войн**

**Направление подготовки**

***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***

**Направленность (профиль)**

**Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25



5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) **«Технологии пропаганды и информационных войн»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) **«Технологии пропаганды и информационных войн»** разработана рабочей группой в составе Гундарин М.В., к.филос. н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалитметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

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

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах технологии пропаганды и информационных войн
2. овладение навыками практического использования пропагандистских технологий и технологий информационных войн ;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях пропаганды и информационных войн;
4. приобретение навыков внедрения пропагандистских технологий в профессиональную практику.

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК5.1. понимает принципы функционирования маркетинговых коммуникаций, принципов и технологий взаимодействия с медиа, технологиями организации мероприятий исходя из актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем ОПК5.2. применяет знания относительно технологий осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий в планировании и проектировании коммуникации с учетом актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем ОПК5.3. строит работу с аудиторией, публичных презентаций и выступлений, деловых переговоров исходя из актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	Знать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира  Уметь анализировать особенности политических и экономических механизмов функционирования коммуникаций  Владеть технологиями принятия профессиональных решений

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	110	110
Лекционные занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	72	72
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа	2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	88	88
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

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

		тоя тел ьна я раб ота	Всег о	Ле кц ио нн ые за ня ти я	из них: в фор ме пра кти ческ ой под гот овк и	Пр акт иче ски е зан яти я	из них : в фо рм е пра кт иче ско й под го то вки	Ла бор ато рн ые зан яти я	из них : в фо рм е пра кт иче ско й по дго то вки	Ко нсу льт аци и / Ин ая кон так тна я раб ота	из них: в фор ме пра кти ческ ой подг отовк и
<b>Модуль 1 (семестр 5 )</b>											
РАЗДЕЛ 1. Пропаганда в современном обществе	32	14	18	6		12					
Тема 1.1. Истоки, методы, перспективы сущность пропаганды.	16	7	8	4		6					
Тема 1.2. Характеристики пропаганды	16	7	10	2		6					
РАЗДЕЛ 2. Исторические корни пропаганды	32	14	18	6		12					

Тема 2.1. Условия для существования пропаганды	16	7	8	4	6					
Тема 2.2. Исторический опыт пропаганды	16	7	10	2	6					
РАЗДЕЛ 3 Научные обоснования пропаганды	32	14	18	6	12					
Тема 3.1. Социология и пропаганда	16	7	8	4	6					
Тема 3.2. Психология и пропаганда.	16	7	10	2	6					
РАЗДЕЛ 4 Приемы пропаганды	32	14	18	6	12					
Тема 4.1. Виды пропагандистских приемов	16	7	8	4	6					
Тема 4.2.. Пропагандистские образы	16	7	10	2	6					
РАЗДЕЛ 5 Будущее пропаганды	34	16	20	6	12					



Тема 5.1. Пропаганда в информационном обществе	17	8	10	4		6					
Тема 5.2. Пропаганда и новые технологии	17	8	10	2		6					
РАЗДЕЛ 6. Информационные войны	34	16	20	6		12					
Тема 6.1. Психологическая война и военные действия	17	8	10	4		6					
Тема 6.2 Корпоративные войны	17	8	10	2		6					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>18</b>									2	
<b>Общий объем, часов</b>	<b>216</b>	<b>88</b>	<b>110</b>	<b>36</b>		<b>72</b>				2	

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Пропаганда в современном обществе

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Актуальность изучения и использования пропаганды в современном мире. Понятие пропаганды. Цели и задачи пропаганды. Основные понятия теории пропаганды.

**Тема 1.1.** Истоки, методы, перспективы сущность пропаганды.

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Истоки, методы, перспективы сущность пропаганды. Типология пропаганды. (Политическая пропаганда. Экономическая пропаганда. Военная пропаганда. Дипломатическая пропаганда. Дидактическая пропаганда. Идеологическая пропаганда. Избегающая пропаганда.) Идеология и пропаганда.

**Тема 1.2.** Характеристики пропаганды

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Внешние характеристики пропаганды. Индивидуальное и массовое. Тотальная пропаганда. Непрерывность и продолжительность пропаганды. Организация пропаганды. Внутренние характеристики пропаганды. Знание психологической основы. Фундаментальные изменения в обществе. Своевременность

**Практические задания к разделу 1**

**Тема практического занятия:** Истоки, методы, перспективы сущность пропаганды.

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Типология пропаганды.

Политическая пропаганда.

Экономическая пропаганда.

Военная пропаганда.

Дипломатическая пропаганда.

Дидактическая пропаганда..

**Тема практического занятия:** Характеристики пропаганды

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

. Пропаганда и правда (проблема фактичности; намерение и интерпретация).

Категории пропаганды.

Политическая пропаганда и социологическая пропаганда.

Пропаганда агитации и пропаганда интеграции.

Вертикальная и горизонтальная пропаганда.

Рациональная и иррациональная пропаганда

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – эссе «Возможно ли прожить без пропаганды?»

### РАЗДЕЛ 2. Исторические корни пропаганды

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Зарождение и институционализация пропаганды. Пропагандистские технологии периода Великой Французской революции и империи Наполеона Бонапарта. Основные тенденции в развитии института пропаганды в XIX-XX вв.

#### *Тема 2.1. Условия для существования пропаганды*

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Социологические условия. Индивидуалистическое общество и массовое общество. Мнение. Средства массовой коммуникации. Объективные условия всеобщей пропаганды. Необходимость среднего стандарта жизни. Средняя культура. Информация. Идеология.

#### *Тема 2.2. Исторический опыт пропаганды*

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Политическая пропаганда. Риторическое искусство античности и средних веков. Религиозные техники формирования сознания (традиционные и новые). Пропаганда эпохи Возрождения. Политическая пропаганда Наполеона. Фашистская система политической пропаганды. Ленин и принципы коммунистической пропаганды. Особенности политической пропаганды Мао Дзе Дуна. Американская система пропаганды.

### Практические задания к разделу 2

**Тема практического занятия:** Условия для существования пропаганды

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Особенности и виды пропаганды

Пропаганда и агитация.

Основные функции пропаганды

Эффективность пропаганды

Объективные условия всеобщей пропаганды

**Тема практического занятия:** Исторический опыт пропаганды

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

## **Темы контрольных**

Основные этапы изучения политической коммуникации.

Модели политической коммуникации.

Эффекты медиа.

Теория «построения повестки дня».

Традиционная американская система пропаганды.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – эссе «Принципы и закономерности исторического развития пропаганды»**

### **РАЗДЕЛ 3. Научные обоснования пропаганды**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Пропаганда как институт. «Попытки убедить» и общественное мнение. Основные проблемные поля. Отчуждение через пропаганду. Эффект психологического разобщения. Создание необходимости в пропаганде.

#### **Тема 3.1. . Социология и пропаганда**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Социо-политические эффекты. Пропаганда и идеология (традиционные взаимоотношения, новые взаимоотношения). Влияние эффектов на структуру общественного мнения. Модификация содержательные элементов общественного мнения. От мнения к действию. Пропаганда и группировка. Разделение групп. Влияние эффектов на политические партии, на профсоюзы, на церковь.

#### **Тема 3.2. Психология и пропаганда.**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Классификация видов психологического воздействия в пропаганде. Информационно-психологическое воздействие. Психогенное воздействие. Психоаналитическое (психокоррекционное) воздействие. Нейролингвистическое воздействие. Психотронное воздействие. Специфика и возможности каждого вида применительно к процессу массовой коммуникации. Психологические эффекты пропаганды. Психологическая кристаллизация. Отчуждение через пропаганду. Эффект психологического разобщения. Создание необходимости в пропаганде. Двусмысленность психологических эффектов. Основные направления исследований

### **Практические задания к разделу 3**

**Тема практического занятия:** Социология и пропаганда

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Модификация содержательные элементов общественного мнения.

Как формируется общественное мнение

Пропаганда и группировка.

Разделение социальных групп.

Влияние на политические партии, на профсоюзы, на церковь.

**Тема практического занятия:** Психология и пропаганда.

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Психологические эффекты пропаганды.

Психологическая кристаллизация..

Эффект психологического разобщения.

Создание необходимости в пропаганде.

Виды психологических эффектов.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУЗ**

**форма рубежного контроля – эссе «Какие социальные группы наиболее подвержены пропагандистскому воздействию?»**

**РАЗДЕЛ 4.** Приемы пропаганды

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Прямая и косвенная пропаганда. Пропаганда и мобилизация. Пропаганда и социализация. Основные приемы пропагандистского воздействия.

**Тема 4.1.** Виды пропагандистских приемов

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Пропагандистские каноны. Пропаганда ужасов. Демонизация врага. Использование религиозного языка.

**Тема 4.2.** Пропагандистские образы

## **Практические задания к разделу 4**

Образы и символы пропаганды. Герои-символы. Образ врага. Патриотизм / интернационализм. Специфика советской пропаганды. Общие принципы военной пропаганды в годы Великой Отечественной войны. Основная проблематика. Тема героизма. Образ врага. Цензура и ресурсные ограничения.

**Тема практического занятия:** Виды пропагандистских приемов

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

### **Темы контрольных**

Нацистская пропаганда против СССР.

Общие принципы военной пропаганды в годы Великой отечественной войны

Специфика американской пропаганды.

Опыт пропагандистского воздействия в Корее и Вьетнаме

Опыт USIA.

**Тема практического занятия:** Пропагандистские образы

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

### **Темы контрольных**

Пропагандистские образы Первой мировой войны

Пропагандистские образы послереволюционной России

Пропагандистские образы Великой Отечественной войны

Пропагандистские образы 60-х-70-х гг. XX века в СССР

Пропагандистские образы перестройки

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4**

**форма рубежного контроля** – эссе «Как изменялись пропагандистские образы в течение XX века»

## **РАЗДЕЛ 5. Будущее пропаганды**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

*Футурология пропаганды. Возможно ли общество будущего без пропаганды. Глобализация и пропаганда. Американское воздействие на мир. Страны «третьего мира» как объект пропаганды. Антироссийская глобальная пропаганда.*

## **Тема 5.1.** Пропаганда в информационном обществе

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Доктрина Тоффлера-Фукуямы-Хантингтона. Основные положения стратегии тотальной информационной войны. Информационная безопасность и информационное оружие. Виртуальность общества и социальной информации. Проблема информационной безопасности – психологические и правовые аспекты.

## **Тема 5.2.** Пропаганда и новые технологии

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Социальные сети и пропаганда. Искусственный интеллект как пропагандистский ресурс. Пропаганда в мессенджерах и мобильных устройствах. Перспективы нейропропаганды.

## **Практические задания к разделу 5**

### **Тема практического занятия:** Пропаганда в информационном обществе

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Доктрина Тоффлера-Фукуямы-Хантингтона.

Основные положения стратегии информационной войны.

Информационная безопасность и информационное оружие.

Виртуальность общества и социальной информации.

Проблема информационной безопасности – психологические и правовые аспекты.

Система российской контрпропаганды

### **Тема практического занятия:** Пропаганда и новые технологии

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Социальные сети и пропаганда.

Искусственный интеллект как пропагандистский ресурс.

Пропаганда в мессенджерах

Пропаганда в мобильных устройствах.

Понятие нейропропаганды.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5**

**форма рубежного контроля – эссе «Будущее пропаганды – какое оно?»**

### **РАЗДЕЛ 6. Информационные войны**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Понятие информационной войны. Типология. Цели. Операции. Специфика форм психологического воздействия. Психологическое воздействие.

#### **Тема 6.1. Психологическая война и военные действия**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Понятие психологической войны. Основные понятия и постулаты психологического воздействия. Проблема эффективности. Опыт политической пропаганды в современном информационном воздействии – основные этапы, элементы, проблемы. Военная пропаганда. Китайские стратегические подходы (Сунь-Цзы). Первая мировая война (специфика английской пропаганды). Пропаганды Второй мировой войны (фашистская, советская, американская, английская). Повстанческие армии (УПА и др.)

#### **Тема 6.2. Корпоративные войны**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Понятие корпоративной информационной войны. Участники корпоративных войн. Корпоративные войны больших корпораций. Корпоративные войны на Западе и в РФ. Как предотвратить корпоративную войну. Возможна ли победа в корпоративной войне.

### **Практические задания к разделу 6**

**Тема практического занятия: Психологическая война и военные действия**

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Китайские стратегические подходы (Сунь-Цзы) в пропаганде.

Специфика английской пропаганды в Первую мировую войну.

Фашистская пропаганда Второй мировой войны



Пропаганда союзников в годы Второй мировой войны

Пропагандистская деятельность повстанческих армий

**Тема практического занятия:** Корпоративные войны

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Участники корпоративных войн.

Корпоративные войны больших корпораций.

Корпоративные войны брендов

Корпоративные войны на Западе

Корпоративные войны в РФ.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6**

**форма рубежного контроля – эссе «Возможна ли победа в информационной войне»**

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

#### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Очной формы обучения*

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Модуль 1. (семестр 5)</b>		
РАЗДЕЛ 1. Пропаганда в современном обществе	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. Исторические корни пропаганды	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3 Научные обоснования пропаганды	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 4 Приемы пропаганды	14	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 5 Будущее пропаганды	16	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 6. Информационные войны	16	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	88	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

## Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

Особенности и виды пропаганды

Пропаганда и агитация.

Основные функции пропаганды

Эффективность пропаганды

Объективные условия всеобщей пропаганды

## Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

Основные этапы изучения политической коммуникации.

Модели политической коммуникации.

Эффекты медиа.

Теория «построения повестки дня».

Традиционная американская система пропаганды.

## Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

## Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

Особенности и виды пропаганды

Пропаганда и агитация.

Основные функции пропаганды

Эффективность пропаганды

Объективные условия всеобщей пропаганды

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

Основные этапы изучения политической коммуникации.

Модели политической коммуникации.

Политическая коммуникация в двадцать первом веке

Эффекты медиа в пропаганде.

Теория «построения повестки дня».

Традиционная американская система пропаганды.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2**

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

Модификация содержательные элементов общественного мнения.

Как формируется общественное мнение

Пропаганда и группировка.

Разделение социальных групп.

Влияние на политические партии, на профсоюзы, на церковь.

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

Психологические эффекты пропаганды.

Психологическая кристаллизация..

Эффект психологического разобщения.

Создание необходимости в пропаганде.

Виды психологических эффектов.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3**

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 4**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4**

Нацистская пропаганда против СССР.

Общие принципы военной пропаганды в годы Великой отечественной войны

Специфика американской пропаганды.

Опыт пропагандистского воздействия в Корее и Вьетнаме

Опыт USIA.

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 4:**

Пропагандистские образы Первой мировой войны

Пропагандистские образы послереволюционной России

Пропагандистские образы Великой Отечественной войны

Пропагандистские образы 60-х-70-х гг. XX века в СССР

Пропагандистские образы перестройки

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4**

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 5**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5**

Доктрина Тоффлера-Фукуямы-Хантингтона.

Основные положения стратегии информационной войны.

Информационная безопасность и информационное оружие.

Виртуальность общества и социальной информации.

Проблема информационной безопасности – психологические и правовые аспекты.

Система российской контрпропаганды

##### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 5:**

Социальные сети и пропаганда.

Искусственный интеллект как пропагандистский ресурс.

Пропаганда в мессенджерах

Пропаганда в мобильных устройствах.

Понятие нейропропаганды.

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5**

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 6**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6**

Китайские стратегические подходы (Сунь-Цзы) в пропаганде.

Специфика английской пропаганды в Первую мировую войну.

Фашистская пропаганда Второй мировой войны

Пропаганда союзников в годы Второй мировой войны

Пропагандистская деятельность повстанческих армий

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 6:**

Участники корпоративных войн.

Корпоративные войны больших корпораций.

Корпоративные войны брендов

Корпоративные войны на Западе

Корпоративные войны в РФ.

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6**

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### *Требования к структуре реферата (доклада):*

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

##### *Основные требования к оформлению:*

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые,



подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

**4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и

Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

## Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Пропаганда в современном обществе	ОПК-5; ПК-3	Контрольная работа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пропаганда как объект исследования и общественный феномен.</li> <li>• Пропаганда и идеология.</li> <li>• История пропаганды. История пропаганды от Античности до Первой мировой войны.</li> <li>• История пропаганды. Тотальные системы пропаганды.</li> <li>• История пропаганды. Информационно-пропагандистское противостояние XX столетия.</li> </ul>
2.	РАЗДЕЛ 2. Исторические корни пропаганды	ОПК-5; ПК-3	Контрольная работа	<p>Наше время. Четыре всадника информационного апокалипсиса.</p> <p>Неполитическая пропаганда.</p> <p>Принципы и система пропаганды. Основные понятия технологии пропаганды.</p> <p>Средства (технологии) пропаганды.</p> <p>Язык пропаганды.</p>

	<p>РАЗДЕЛ 3</p> <p>Научные обоснования пропаганды</p>	<p>ОПК-5; ПК-3</p>	<p>Контрольная работа</p>	<p>Наше время. Четыре всадника информационного апокалипсиса.</p> <p>Неполитическая пропаганда.</p> <p>Принципы и система пропаганды. Основные понятия технологии пропаганды.</p> <p>Средства (технологии) пропаганды.</p> <p>Язык пропаганды.</p>
	<p>РАЗДЕЛ 4</p> <p>Приемы пропаганды</p>	<p>ОПК-5; ПК-3</p>	<p>Контрольная работа</p>	<p>Воздействие на эмоции.</p> <p>Сочетание рационального и эмоционального воздействия.</p> <p>Использование психологического нажима.</p> <p>Воздействие на подсознание.</p> <p>Массовизация.</p> <p>Психологические принципы пропагандистского воздействия.</p>
	<p>РАЗДЕЛ 5</p> <p>Будущее пропаганды</p>	<p>ОПК-5; ПК-3</p>	<p>Контрольная работа</p>	<p>Социо-политические эффекты пропаганды.</p> <p>Влияние пропаганды на структуру общественного мнения.</p> <p>Влияние эффектов пропаганды на политические партии</p> <p>Влияние эффектов пропаганды на профсоюзы.</p> <p>Влияние эффектов пропаганды на церковь.</p>

	РАЗДЕЛ 6. Информационные войны	ОПК-5; ПК-3	Контрольная работа	<p>Информационные войны.</p> <p>Просвещение и пропаганда.</p> <p>Эффективность пропагандистской и контрпропагандистской работы.</p> <p>Информационная безопасность и информационное оружие.</p> <p>Виртуальность общества и социальной информации.</p> <p>Проблема информационной безопасности – психологические и правовые аспекты.</p>

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

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

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
---------------------------------	------------------



ОПК-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Типология пропаганды.</li> <li>2. Внешние характеристики пропаганды.</li> <li>3. Индивидуальное и массовое в пропаганде.</li> <li>4. Тотальная пропаганда.</li> <li>5. Внутренние характеристики пропаганды.</li> <li>6. Политическая пропаганда и социологическая пропаганда.</li> <li>7. Пропаганда агитации и пропаганда интеграции.</li> <li>8. Вертикальная и горизонтальная пропаганда.</li> <li>9. Рациональная и иррациональная пропаганда</li> <li>10. Социальные условия существования пропаганды.</li> <li>11. Идеология и пропаганда.</li> <li>12. Риторическое искусство античности и средних веков.</li> <li>13. Религиозные техники формирования сознания (традиционные и новые).</li> <li>14. Пропаганда эпохи Возрождения.</li> <li>15. Политическая пропаганда Наполеона.</li> <li>16. Фашистская система политической пропаганды.</li> <li>17. Ленин и принципы коммунистической пропаганды.</li> <li>18. Особенности политической пропаганды Мао Дзе Дуна.</li> <li>19. Американская система пропаганды.</li> <li>20. Психологическая война. Типология.</li> <li>21. Специфика форм психологического воздействия.</li> <li>22. Основные понятия и постулаты психологического воздействия. Проблема эффективности в психологической войне.</li> <li>23. Опыт политической пропаганды в современном информационном воздействии – основные этапы, элементы, проблемы</li> <li>24. Военная пропаганда.</li> <li>25. Китайские стратегические подходы (Сунь-Цзы) в пропаганде.</li> <li>26. Специфика английской пропаганды в Первую мировую войну.</li> <li>27. Фашистская пропаганда Второй мировой войны</li> <li>28. Советская пропаганда Второй мировой войны</li> <li>29. Пропаганда союзников в годы Второй мировой войны</li> <li>30. Пропагандистская деятельность повстанческих армий (УПА и др.)</li> </ol>
ПК-3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социо-политические эффекты пропаганды.</li> <li>2. Влияние пропаганды на структуру общественного мнения.</li> <li>3. Влияние эффектов пропаганды на политические партии</li> <li>4. Влияние эффектов пропаганды на профсоюзы.</li> <li>5. Влияние эффектов пропаганды на церковь.</li> <li>6. Классификация видов психологического воздействия в пропаганде.</li> <li>7. Психологические эффекты пропаганды.</li> <li>8. Психологическая кристаллизация.</li> <li>9. Отчуждение через пропаганду.</li> <li>10. Воздействие на эмоции.</li> <li>11. Сочетание рационального и эмоционального воздействия.</li> <li>12. Использование психологического нажима.</li> <li>13. Воздействие на подсознание.</li> <li>14. Массовизация.</li> <li>15. Психологические принципы пропагандистского воздействия.</li> </ol>

	<p>16. Доктрина Тоффлера-Фукуямы-Хантингтона.</p> <p>17. Основные положения стратегии информационной войны.</p> <p>18. Информационная безопасность и информационное оружие.</p> <p>19. Виртуальность общества и социальной информации.</p> <p>20. Проблема информационной безопасности – психологические и правовые аспекты.</p>
--	--

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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

#### **5.1.1. Основная литература**

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819> (дата обращения: 06.05.2023).

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054> (дата обращения: 06.05.2023).

Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 06.05.2023).

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

История международных отношений : учебник и практикум для вузов / Н. А. Власов [и др.] ; под редакцией Н. А. Власова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00862-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511486> (дата обращения: 06.05.2023).

Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493447> (дата обращения: 06.05.2023).

Решетников, М. М. Психология войны. Прогнозирование состояния, поведения и деятельности людей : монография / М. М. Решетников. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. —

336 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-05663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515670> (дата обращения: 06.05.2023).

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https:// grebennikon.ru/</a>

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

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

может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

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

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

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

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

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

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

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

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

средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

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

### **5.6. Образовательные технологии**

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

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменени я
1.	Утверждена и введена в действие решением заседания кафедры на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки <i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания кафедры  №12  от «28» февраля 2023года	—·—·— —
2.		Протокол заседания кафедры  № _____  от «_____» _____ 20_____ года	—·—·— —







**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**И.о. декана факультета политических и  
социальных технологий**

**/Пивнева С.В./**

**28.03.2023 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**МЕДИАРИЛЕЙШНЗ**

**Направление подготовки**

**«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**

**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Медиарилейшнз**» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Медиарилейшнз**» разработана рабочей группой в составе Гундарин М.В., к.филос. н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

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

#### Задачи дисциплины (модуля):

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

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1; УК-3; УК-5; ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

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

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Коммуникация	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p>	<p>Знать: особенности проектной деятельности</p> <p>Уметь: управлять проектом</p> <p>Владеть: технологиями проектного менеджмента</p>
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций.</p> <p>УК-3.2. В социальном взаимодействии соблюдает этические принципы, проявляет уважение к мнению и культуре других участников.</p> <p>УК-3.3. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной</p>	<p><b>Знать:</b> базовые аспекты межличностных и групповых коммуникаций</p> <p><b>Уметь:</b> соблюдать этические принципы, проявлять уважение к мнению и культуре других участников коммуникации.</p> <p><b>Владеть:</b> технологиями командной работы</p>



## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	56	56
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа	2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	34	34
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очной формы обучения

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

		тоя тел ьна я раб ота	Всег о	Ле кц ио нн ые за ня ти я	из них: в фор ме пра кти ческ ой под гот овк и	Пр акт иче ски е зан яти я	из них : в фор ме пра кти ческ ой под го то вки	Ла бор ато рн ые зан яти я	из них : в фор ме пра кти ческ ой по дго то вки	Ко нсу льт аци и / Ин ая кон так тна я раб ота	из них: в фор ме пра кти ческ ой подг ото вки
<b>Модуль 1 (семестр 5 )</b>											
<b>РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиарилейшнз организации</b>	31	13	18	8		10					
Тема 1.1. Медиарилейшнз как социально-коммуникационный процесс	14	6	8	4		4					
Тема 1.2. Цели, задачи, направления медиарилейшнз	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы</b>	31	13	18	8		10					

<b>Тема 2.1.</b> Составляющие части медиасистемы РФ	14	6	8	4		4					
<b>Тема 2.2.</b> Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 3</b> Цели и задачи работы медиа-рилейшнз организации	31	13	18	8		10					
<b>Тема 3.1.</b> Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации	14	6	8	4		4					
<b>Тема 3.2.</b> Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации	17	7	10	4		6					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	9										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>56</b>	<b>18</b>		<b>36</b>				2	

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### **РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиа-рилейшнз организации**

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Объективные предпосылки развития деятельности по взаимодействию организации с медиа. Основные этапы развития медиарилейшнз. Институционализация медиарилейшнз.

#### **Тема 1.1. Медиарилейшнз как социально-коммуникационный процесс**

## *Перечень изучаемых элементов содержания*

Коммуникация в обществе: понятие, типы и виды коммуникационных явлений.

Журналистика как социальная сила и возможность ее влияние на сознание аудитории.

Почему необходимо информировать о себе публику? Понятие «информационной открытости». Законодательные требования по данному вопросу.

## **Тема 1.2. Цели, задачи, направления медиарилейшнз**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Основная и дополнительная цель медиарилейшнз. Базовые и ситуативные задачи медиарилейшнз. Как меняются задачи, исходя из типа организации. Направления деятельности медиарилейшнз в государственном и частном секторах. Медиарилейшнз и создание имиджа и репутации организации.

### **Практические задания к разделу 1**

#### **Тема практического занятия: Медиарилейшнз как социально-коммуникационный процесс**

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Что такое репутация

Понятия и основные характеристики имиджа.

Основные каналы восприятия имиджа.

Два главных направления создания имиджа

Компоненты структуры имиджа

Исторические традиции становления имиджмейкинга

#### **Тема практического занятия: Цели, задачи, направления медиарилейшнз**

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Информационное обеспечение как направление деятельности в медиарилейшнз;

Экспертно-аналитическое обеспечение как направление деятельности в медиарилейшнз;

Консультативно-методическая работа как направление деятельности в медиарилейшнз;

Планирование и координация информационной политики; как направление деятельности в медиарилейшнз

Участие в создании творческих продуктов как направление деятельности в медиарилейшнз .

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Отношения с медиа: можно ли добиться дружбы?»**

### **РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Средства массовой информации. Медиаменеджмент. Медиарынок. Медиакорпорации. Законодательное регулирование медиа. Этические кодексы журналиста.

#### **Тема 2.1. Составляющие части медиасистемы РФ**

##### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Печатные медиа: виды и характеристики. Современный рынок печатных медиа в РФ. Лидеры рынка печатных медиа. Телевизионные медиа. Структура телесмотрения. Программы и каналы-лидеры. Самые популярные сериалы: причина успеха.

#### **Тема 2.2. Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы**

##### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Интернет-медиа. Социальные сети. Сайты. Мессенджеры. Блоги и блогеры. Регулирование Интернета. Корпоративные сайты и паблики. Проблема корпоративной репутации в сети Интернет.

### **Практические задания к разделу 2**

**Тема практического занятия:** Составляющие части медиасистемы РФ

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Печатные медиа

Информационные холдинги

Телевизионные медиа

Структура телесмотрения

Телевизионный рынок РФ

**Тема практического занятия:** Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

## **Темы контрольных**

Интернет-медиа.

Социальные сети.

Сайты.

Мессенджеры.

Блоги и блогеры.

Корпоративные сайты и паблики.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Темы эссе «Система медиа в РФ: расцвет или упадок?»**

## **РАЗДЕЛ 3. Цели и задачи работы медиа-релейшнз организации**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

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

**Тема 3.1.** Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

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

**Тема 3.2.** Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации

Основная функция пресс-службы. Функциональный подход к журналистской деятельности. Многообразие социальных и информационных потребностей общества. Соотношение функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Система функций пресс-службы: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.

## **Практические задания к разделу 3**

**Тема практического занятия:** Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Специалист медиа-рилейшнз – аналитики, аналитики-обозреватель.

Функции аналитика

Подготовка материалов для работы медиа-рилейшнз и развития организации.

Руководитель медиа-рилейшнз, его обязанности.

Заместители по направлениям деятельности подразделения, их обязанности

**Тема практического занятия:** Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

1. Нормы профессиональной этики специалистов в сфере рекламы и пиара
2. Правовой статус сотрудника медиа-рилейшнз и работника СМИ: сравнительный анализ
3. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях..
4. Коммерческая и служебная тайна.
5. Аккредитация журналистов.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Секреты успеха работников сферы медиарелейшнз»**

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

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

***Очной формы обучения***

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 5)</b>		
РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиарилейшнз организации	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3 Цели и задачи работы медиарилейшнз организации	20	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	56	

### 3.2. Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

##### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Что такое репутация
2. Понятия и основные характеристики имиджа.
3. Основные каналы восприятия имиджа.
4. Два главных направления создания имиджа
5. Компоненты структуры имиджа
6. Исторические традиции становления имиджмейкинга

##### Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

1. Информационное обеспечение как направление деятельности в медиарилейшнз;
2. Экспертно-аналитическое обеспечение как направление деятельности в медиарилейшнз;



3. Консультативно-методическая работа как направление деятельности в медиарилейшнз;
4. Планирование и координация информационной политики; как направление деятельности в медиарилейшнз
5. Участие в создании творческих продуктов как направление деятельности в медиарилейшнз .

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Печатные медиа
2. Информационные холдинги
3. Телевизионные медиа
4. Структура телесмотрения
5. Телевизионный рынок РФ

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

1. Интернет-медиа.
2. Социальные сети.
3. Сайты.
4. Мессенджеры.
5. Блоги и блогеры.
6. Корпоративные сайты и паблики.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2**

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

1. Деловой завтрак, бизнес-ланч: правила организации и проведения,
2. Клубный вечер: правила организации и проведения
3. . Общественные слушания: правила организации и проведения.
4. Благотворительные акции: правила организации и проведения
5. Пресс-конференция: правила организации и проведения

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

1. Пресс -пакет: назначение, правила подготовки и оформления,
2. Презентационный буклет: назначение, правила подготовки и оформления
3. Статья в прессу: назначение, , выбор темы, издания, стиля, продвижение опубликованной статьи.
4. Заявления для прессы: правила подготовки и оформления, выбор повода, структурирование, объем, стиль изложения.
5. Отчет организации, летопись организации, биография руководства.
6. Деловое письмо как средство коммуникации.

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3**

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>

2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### *Требования к структуре реферата (доклада):*

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

##### *Основные требования к оформлению:*

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

## **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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



**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиарилейшнз организации	УК-1;	Эссе	<b>«Отношения с медиа: можно ли добиться дружбы?»</b>
2.	РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы	УК-3	Эссе	<b>«Система медиа в РФ: расцвет или упадок?»</b>
	РАЗДЕЛ 3 Цели и задачи работы медиарилейшнз	УУК-5;	эссе	<b>«Секреты успеха работник сферы медиарилейшнз»</b>

	организации	ОПК-5	эссе	<b>«Как создать медиаслужбу в организации с нуля»</b>
--	-------------	-------	------	---

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

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

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
--	-------------------------

УК-1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики.</li> <li>2. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации.</li> <li>3. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов.</li> <li>4. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.</li> <li>5. Должностные обязанности сотрудников.</li> <li>6. Требования к сотрудникам медиа-релейшнз. Смежные виды деятельности.</li> </ol>
УК-3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Юридический аспект деятельности медиа-релейшнз.</li> <li>2. Нормы международного права и отечественный опыт. Проблемы современного законодательства в области СМИ.</li> <li>3. Экономический аспект свободы журналистики.</li> <li>4. Основные источники средств: государственная поддержка, финансовые субсидии владельца, реклама, спонсорство и т.д. Проблема экономической независимости.</li> <li>5. Гражданская ответственность.</li> <li>6. Юридическая ответственность.</li> <li>7. Этическая ответственность журналиста</li> </ol>
УК-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормы профессиональной журналистской этики и этики специалистов в сфере рекламы и пиара. Основные этические кодексы.</li> <li>2. Правовой статус сотрудника медиа-релейшнз и работника СМИ.</li> <li>3. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действительности публикаций.</li> <li>4. Правила отнесения информации к государственной тайне.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Коммерческая и служебная тайна.</li> <li>6. Доступ к архивной информации.</li> <li>7. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан.</li> <li>8. Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти.</li> <li>9. Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании.</li> <li>10. Аккредитация журналистов.</li> </ol>
ОПК-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль медиа-рилейшнз в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.</li> <li>2. Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа.</li> <li>3. Роль медиа-рилейшнз в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации.</li> <li>4. Понятия и основные характеристики имиджа.</li> <li>5. Основные каналы восприятия имиджа (визуальный, вербальный, событийный, контекстный). Два главных направления создания имиджа (описательный и оценочный).</li> <li>6. Компоненты структуры имиджа, возможность их применения в формировании практических моделей имиджмейкинга.</li> <li>7. Место СМИ в деятельности профессионального имиджмейкера.</li> </ol>

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт,

2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. 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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454>
3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510852>

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https:// grebennikon.ru/</a>

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

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

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

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

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

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

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

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

### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**



№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

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

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

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

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

средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

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

### **5.6. Образовательные технологии**

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

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

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменени я
1.			
2.			





**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Коммерческая журналистика**

**Направление подготовки**

***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***

**Направленность (профиль)**

**Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Коммерческая журналистика**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Коммерческая журналистика**» разработана рабочей группой в составе Гундарин М.В., к.филос. н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

---

(подпись)



Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о роли и месте коммерческой журналистики в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, а так же о технологиях работы, в частности, взаимодействии журналиста и современных пресс-служб коммерческих, государственных и некоммерческих организаций, с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков.

#### Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить с принципами функционирования коммерческой журналистики (КЖ)
2. Изучить ключевые инструменты работы КЖ
3. Изучить организацию и управление пресс-службой и ее взаимодействию с журналистом
4. Дать представление о тенденциях в системе внешних коммуникаций организации для использования в работе коммерческого журналиста

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

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1; ОПК-5 в соответствии с учебным планом. В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Медиакоммуникационная система	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностям и иных знаковых систем	ОПК -1.1. Выявляет отличительные особенности коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, и иных знаковых систем медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ  ОПК – 1.2 Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ  Уметь: осуществлять подготовку журналистских текстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

иностранного языков,

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	56	56
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа	2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	34	34
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очной формы обучения

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

		тоя тел ьна я раб ота	Всег о	Ле кц ио нн ые за ня ти я	из них: в фор ме пра кти ческ ой под гот овк и	Пр акт иче ски е зан яти я	из них : в фо рм е пра кт иче ско й под го то вки	Ла бор ато рн ые зан яти я	из них : в фо рм е пра кт иче ско й под го то вки	Ко нсу льт аци и / Ин ая кон так тна я раб ота	из них: в фор ме пра кти ческ ой подг отовк и
<b>Модуль 1 (семестр 5 )</b>											
<b>РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы КЖ организации</b>	31	13	18	8		10					
Тема 1.1. КЖ как социально-коммуникационный процесс	14	6	8	4		4					
Тема 1.2. Цели, задачи, направления КЖ	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы</b>	31	13	18	8		10					
<b>Тема 2.1. Составляющие части медиасистемы РФ</b>	14	6	8	4		4					

<b>Тема 2.2.</b> Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 3</b> Цели и задачи работы КЖ организации	31	13	18	8		10					
<b>Тема 3.1.</b> Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации	14	6	8	4		4					
<b>Тема 3.2.</b> Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации	17	7	10	4		6					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	9										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>56</b>	<b>18</b>		<b>36</b>				2	

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы КЖ организации

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Объективные предпосылки развития деятельности по взаимодействию организации с медиа. Основные этапы развития КЖ. Институционализация КЖ.

#### Тема 1.1. КЖ как социально-коммуникационный процесс

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Коммуникация в обществе: понятие, типы и виды коммуникационных явлений.

Журналистика как социальная сила и возможность ее влияние на сознание аудитории.

Почему необходимо информировать о себе публику? Понятие «информационной открытости». Законодательные требования по данному вопросу.

## **Тема 1.2. Цели, задачи, направления КЖ**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Основная и дополнительная цель КЖ. Базовые и ситуативные задачи КЖ. Как меняются задачи, исходя из типа организации. Направления деятельности КЖ в государственном и частном секторах. КЖ и создание имиджа и репутации организации.

### **Практические задания к разделу 1**

#### **Тема практического занятия: КЖ как социально-коммуникационный процесс**

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Что такое репутация

Понятия и основные характеристики имиджа.

Основные каналы восприятия имиджа.

Два главных направления создания имиджа

Компоненты структуры имиджа

Исторические традиции становления имиджмейкинга

#### **Тема практического занятия: Цели, задачи, направления КЖ**

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Информационное обеспечение как направление деятельности в КЖ;

Экспертно-аналитическое обеспечение как направление деятельности в КЖ;

Консультативно-методическая работа как направление деятельности в КЖ;

Планирование и координация информационной политики; как направление деятельности в КЖ

Участие в создании творческих продуктов как направление деятельности в КЖ .

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Отношения с медиа: можно ли добиться дружбы?»**

## **РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Средства массовой информации. Медиаменеджмент. Медиарынок. Медиакорпорации. Законодательное регулирование медиа. Этические кодексы журналиста.

#### **Тема 2.1.** Составляющие части медиасистемы РФ

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Печатные медиа: виды и характеристики. Современный рынок печатных медиа в РФ. Лидеры рынка печатных медиа. Телевизионные медиа. Структура телесмотрения. Программы и каналы-лидеры. Самые популярные сериалы: причина успеха.

#### **Тема 2.2.** Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Интернет-медиа. Социальные сети. Сайты. Мессенджеры. Блоги и блогеры. Регулирование Интернета. Корпоративные сайты и паблики. Проблема корпоративной репутации в сети Интернет.

### **Практические задания к разделу 2**

#### **Тема практического занятия:** Составляющие части медиасистемы РФ

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Печатные медиа

Информационные холдинги

Телевизионные медиа

Структура телесмотрения

Телевизионный рынок РФ

**Тема практического занятия:** Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Интернет-медиа.

Социальные сети.



Сайты.

Мессенджеры.

Блоги и блогеры.

Корпоративные сайты и паблики.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Темы эссе «Система медиа в РФ: расцвет или упадок?»**

### **РАЗДЕЛ 3. Цели и задачи работы КЖ организации**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

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

**Тема 3.1.** Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

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

**Тема 3.2.** Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации

Основная функция пресс-службы. Функциональный подход к журналистской деятельности. Многообразие социальных и информационных потребностей общества. Соотношение функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Система функций пресс-службы: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.

### **Практические задания к разделу 3**

**Тема практического занятия:** Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Специалист КЖ – аналитики, аналитики-обозреватель.

Функции аналитика

Подготовка материалов для работы КЖ и развития организации.

Руководитель КЖ, его обязанности.

Заместители по направлениям деятельности подразделения, их обязанности

**Тема практического занятия:** Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

1. Нормы профессиональной этики специалистов в сфере рекламы и пиара
2. Правовой статус сотрудника КЖ и работника СМИ: сравнительный анализ
3. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях..
4. Коммерческая и служебная тайна.
5. Аккредитация журналистов.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Секреты успеха работников сферы КЖ»**

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

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

***Очной формы обучения***

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 5)</b>		
РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы КЖ организации	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3 Цели и задачи работы КЖ организации	20	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	56	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

Что такое репутация

Понятия и основные характеристики имиджа.

Основные каналы восприятия имиджа.

Два главных направления создания имиджа

Компоненты структуры имиджа

Исторические традиции становления имиджмейкинга

##### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

Информационное обеспечение как направление деятельности в КЖ;

Экспертно-аналитическое обеспечение как направление деятельности в КЖ;  
Консультативно-методическая работа как направление деятельности в КЖ;  
Планирование и координация информационной политики; как направление деятельности в КЖ  
Участие в создании творческих продуктов как направление деятельности в КЖ .

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 09.03.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 09.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

Печатные медиа

Информационные холдинги

Телевизионные медиа

Структура телесмотрения

Телевизионный рынок РФ

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

Интернет-медиа.

Социальные сети.

Сайты.

Мессенджеры.

Блоги и блогеры.

Корпоративные сайты и паблики.

## Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 09.03.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 09.03.2023).

## Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

Деловой завтрак, бизнес-ланч: правила организации и проведения,

Клубный вечер: правила организации и проведения

. Общественные слушания: правила организации и проведения.

Благотворительные акции: правила организации и проведения

Пресс-конференция: правила организации и проведения

### Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:

Пресс -пакет: назначение, правила подготовки и оформления,

Презентационный буклет: назначение, правила подготовки и оформления

Статья в прессу: назначение, , выбор темы, издания, стиля, продвижение опубликованной статьи.

Заявления для прессы: правила подготовки и оформления, выбор повода, структурирование, объем, стиль изложения.

Отчет организации, летопись организации, биография руководства.

### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 09.03.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 09.03.2023).

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

#### ***Требования к структуре реферата (доклада):***

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

#### **Основные требования к оформлению:**

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

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

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

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

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

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

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

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

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

Требования к оформлению эссе:

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

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

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

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

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

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

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

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

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);



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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы), дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенций</b>	<b>Форма рубежного контроля</b>	<b>Вопросы/задания рубежного контроля</b>
1	РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы КЖ организации	ПК-5	Эссе	<b>«Отношения с медиа: можно ли добиться дружбы?»</b>
2.	РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы	ПК-5	Эссе	<b>«Система медиа в РФ: расцвет или упадок?»</b>

	РАЗДЕЛ 3 Цели и задачи работы КЖ организации	ОПК-1	эссе	<b>«Секреты успеха работников сферы КЖ»</b>
--	---	-------	------	---

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

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

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
--	-------------------------

ОПК-1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики.</li> <li>2. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации.</li> <li>3. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов.</li> <li>4. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.</li> <li>5. Должностные обязанности сотрудников.</li> <li>6. Требования к сотрудникам КЖ. Смежные виды деятельности.</li> <li>7. Юридический аспект деятельности КЖ.</li> <li>8. Нормы международного права и отечественный опыт. Проблемы современного законодательства в области СМИ.</li> <li>9. Экономический аспект свободы журналистики.</li> <li>10. Основные источники средств: государственная поддержка, финансовые субсидии владельца, реклама, спонсорство и т.д. Проблема экономической независимости.</li> <li>11. Гражданская ответственность.</li> <li>12. Юридическая ответственность.</li> <li>13. Этическая ответственность журналиста</li> </ol>
ПК-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормы профессиональной журналистской этики и этики специалистов в сфере рекламы и пиара. Основные этические кодексы.</li> <li>2. Правовой статус сотрудника КЖ и работника СМИ.</li> <li>3. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действительности публикаций.</li> <li>4. Правила отнесения информации к государственной тайне.</li> <li>5. Коммерческая и служебная тайна.</li> <li>6. Доступ к архивной информации.</li> <li>7. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан.</li> <li>8. Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти.</li> <li>9. Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании.</li> </ol>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Аккредитация журналистов.</li> <li>11. Роль КЖ в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.</li> <li>12. Законодательство о видах информации, к которой нет свободного</li> </ol>

	доступа. 13. Роль КЖ в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации.
--	---

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### 5.1.1. Основная литература

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 09.03.2023).

Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926> (дата обращения: 09.03.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 09.03.2023).

#### 5.1.2. Дополнительная литература

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271> (дата обращения: 09.03.2023).

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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 09.03.2023).

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510852> (дата обращения: 09.03.2023).

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>



### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени

сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

##### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими

средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### **5.6. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменени я
1.	Утверждена и введена в действие решением заседания кафедры на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки <i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания кафедры  №12  от «28» февраля 2023года	—·—·— —
2.		Протокол заседания кафедры  № _____  от «_____» _____ 20_____ года	—·—·— —





**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ВИДЕОРЕКЛАМА**

**Направление подготовки**

***«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»***

**Направленность**

***«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»***

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25



5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Видеореклама» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Видеореклама» разработана рабочей группой в составе Гундарин М.В., к.филос. н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о роли и месте видеорекламы в системе рекламы, а так же о технологиях производства видеорекламы Интернет, с последующим применением в профессиональной полученной сфере практических навыков.

#### Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить с базовыми понятиями в сфере видеорекламы
2. Изучить ключевые инструменты профессиональной видеорекламы
3. Изучить организацию производства видеорекламы
4. Дать представление о тенденциях развития видеореко

**1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Технологии	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК 4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп  ОПК 4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	Знать: потребности общества и интересы аудитории  Уметь: планировать коммуникационные действия  Владеть: методами удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	ПК-3  Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов  ПК-3.2. Обладает навыками реализации	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций  Уметь: применять технологии маркетинговых коммуникаций  Владеть: методами
		коммуникационного	применения технологий в

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		5	
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54	
Лекционные занятия	18	18	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	36	36	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45	
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
Форма промежуточной аттестации		зачет	зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	Самос	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

		тоя тел ьна я раб ота	Всег о	Ле кц ио нн ые за ня ти я	из них: в фор ме пра кти ческ ой под гот овк и	Пр акт иче ски е зан яти я	из них : в фор ме пра кти ческ ой под го то вки	Ла бор ато рн ые зан яти я	из них : в фор ме пра кти ческ ой по дго то вки	Ко нсу льт аци и / Ин ая кон так тна я раб ота	из них: в фор ме пра кти ческ ой подг ото вки
<b>Модуль 1 (семестр 5)</b>											
<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие видеорекламы</b>	31	13	18	8		10					
Тема 1.1 Основные процессы видеорекламы	14	6	8	4		4					
Тема 1.2. Жанр видеоролика	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 2. Производство рекламного ролика: первый этап</b>	31	13	18	8		10					
Тема 2.1. От идеи к брифу	14	6	8	4		4					

<b>Тема 2.2.</b> Сценарий ролика	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 3</b> <b>Производство рекламного ролика: второй этап</b>	31	13	18	8		10					
<b>Тема 3.1.</b> Работа оператора	14	6	8	4		4					
<b>Тема 3.2.</b> Работа режиссера	17	7	10	4		6					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>18</b>		<b>36</b>					

## 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

### РАЗДЕЛ 1. Понятие видеорекламы

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Основные понятия, которыми оперируют в процессе создания видеорекламы. Основные этапы технологического процесса. Определения этапов, краткие пояснения. Роль каждого этапа в создании финального продукта. Основные участники процесса. Функционал участников. Иерархия участников, структура работы и взаимодействия

#### **Тема 1.1.** Основные процессы видеорекламы

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Особенности производства видеореклам на примере нескольких агентств и продакшен-студий. Финальный продукт - реклама. Классификация видеорекламы по жанрам, по способам производства, по экономическим показателям. Современные тенденции развития видеорекламы в России и за рубежом, перспективные направления. Размещение на медиаканалах. ТВ, РВ и Интернет как медиаканалы. Эффективность и особенности медиаканалов. Буква закона: определение рекламы, ограничения в рекламе, авторское право в производстве видеорекламы.



## **Тема 1.2. Жанр видеоролика**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Определение рекламного ролика.. Что рекламирует рекламный ролик? Основная эмоция рекламного ролика. На кого рассчитана реклама? Роль маркетинга в рекламе: положительные и отрицательные стороны. Основные принципы при создании рекламного ролика. Виды рекламных роликов. Ролик в рекламном блоке. Сценарий рекламного ролика. Правила создания рекламного ролика. Понятия: пэкшот, плейоф, андлайн.. Приемка-сдача рекламного ролика.

### **Практические задания к разделу 1 Устройство сети Интернет**

**Тема практического занятия:** Основные процессы видеорекламы

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

*Основные этапы технологического процесса видеорекламы.*

*Профессиональные понятия: пэкшот, плейоф, андлайн.*

*Основные участники процесса видеорекламы.*

*Структура взаимодействия участников создания видеорекламы.*

*Особенности производства видеореклам различного типа*

**Тема практического занятия:** Жанр видеоролика

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Жанры рекламных роликов

Виды рекламных роликов

Анимационный ролики

Хронометраж рекламных роликов

Правила создания рекламного ролика.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Видеореклама на телевидении и в Интернете: общее и особенное»**

## **РАЗДЕЛ 2. Производство рекламного ролика: первый этап**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Защита концепций: правила и приемы в переговорах с заказчиком. Место концепции в документообороте агентства или продакшен-студии.

#### **Тема 2.1.** От идеи к брифу

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Идея как часть концепции ролика. Определение концепции. Особенности подачи информации и оформления концепций. Роль концепции в процессе производства видеорекламы. Роль идеи в создании концепций и в финальном продукте. Техники генерации идей. Способы анализа и отбора идей через призму брифа. Язык описания идей. Структура подачи информации. Бриф, как часть предпродакшена. Определение и основные блоки брифа на примере брифов разных агентств и продакшен-студий города. Роль в процессе производства видеорекламы и в документообороте агентства или продакшен-студии. Правильный бриф. Правила заполнения, анализ и коррекция брифа. Правила работы с утвержденным брифом, постановка задачи творческому коллективу.

#### **Тема 2.2.** Сценарий ролика

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Определение сценария. Структура. Правила оформления и подачи информации. Описание видеоряда и аудиоряда. Анализ сценария через призму концепции и брифа. Режиссерский сценарий. Образы в рекламе. Создание образов. Влияние образов на имидж брендов и на подсознательное восприятие зрителем или слушателем.

## **Практические задания к разделу 2**

### **Тема практического занятия:** От идеи к брифу

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Особенности рекламных идей

Правила заполнения брифа

Анализ и коррекция брифа.

Правила работы с утвержденным брифом.

Постановка задачи творческому коллективу.

**Тема практического занятия:** Сценарий ролика

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Особенности сценариев различного типа

Раскадровка в сценарии.

Процесс согласование и утверждение сценария.

Требования к сценарию

Профессия сценариста в видеорекламе: что нужно знать и уметь

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Темы эссе «Какова роль в видеорекламе идеи, брифа, сценария?»**

### **РАЗДЕЛ 3. Производство рекламного ролика: второй этап**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

.Съемочный процесс. Особенности телерекламы. Описание съемочного процесса. Подготовка: кастинг, подбор мест и реквизит. Организация и административная функция на съемочной площадке. Постановка задачи творческому коллективу. Участники съемочной группы. Работа в творческом коллективе: особенности и практические советы. Роли в съемочном процессе

#### **Тема 3.1. Работа оператора**

##### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Теория операторского мастерства. Основы композиции кинокадра. Классические законы композиции. Виды композиций кинокадра. Приемы выразительности при построении кадра. Понятие крупности плана при съемке кино- видео- кадра. Использование перспективы и ее виды. Влияние перспективы на выразительность. Зависимость перспективы от параметров оптики съемочного аппарата. Построение глубинных мизансцен. Пропорции в кадре. Теория «золотого сечения» в кино. Замкнутые и разомкнутые композиции. Диагональ и ритм в кадре. Один или два центра внимания в картинной плоскости. Работа оператора над построением композиции.

#### **Тема 3.2. Работа режиссера**

##### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Композиция кино- видео- кадра. Построение различных композиций для статичных или динамичных сцен. Выбор крупности плана для решения той или иной задачи. Практическое использование линейной и тональной перспективы при съемке. Принципы монтажа при съемках. Разбивка монтажной сцены по крупности планов. Съемка монтажной сцены по направлению

движения основного объекта. Съемка диалога с учетом линии взаимодействия. Съемка группы людей с учетом трех и более линий взаимодействия

### **Практические задания к разделу 3**

**Тема практического занятия:** Работа оператора

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Технические требования к качеству кино- видео- кадра.

Понятие фотографической экспозиции.

Контроль за техническими параметрами кадра.

Понятие глубины резкости в кадре

Операторская техника: виды аппаратуры

**Тема практического занятия:** Работа режиссера

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Задачи режиссера видеоролика

Особенности режиссуры с точки зрения монтажа

Отношения режиссера и продюсера

Режиссер как руководитель съемочного процесса

Анализ творческого опыта режиссера рекламы (на выбор студента)

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Фигура режиссера видеоролика: диктатор или подчиненный?»**

## **РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 6)</b>		
<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие видеорекламы</b>	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 2. Производство рекламного ролика: первый этап</b>	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 3 Производство рекламного ролика: второй этап</b>	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

Основные этапы технологического процесса видеорекламы.

Профессиональные понятия: пэкшот, плейоф, андлайн.

Основные участники процесса видеорекламы.

Структура взаимодействия участников создания видеорекламы.

Особенности производства видеореклам различного типа

## **Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

- . Жанры рекламных роликов
- Виды рекламных роликов
- Анимационный ролики
- Хронометраж рекламных роликов
- Правила создания рекламного ролика.

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406> (дата обращения: 09.03.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 09.03.2023).

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

- Особенности рекламных идей
- Правила заполнения брифа
- Анализ и коррекция брифа.
- Правила работы с утвержденным брифом.
- Постановка задачи творческому коллективу.

## **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

- Особенности сценариев различного типа
- Раскадровка в сценарии.

Процесс согласование и утверждение сценария.

Требования к сценарию

Профессия сценариста в видеорекламе: что нужно знать и уметь

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2**

Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406> (дата обращения: 09.03.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 09.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

Технические требования к качеству кино- видео- кадра.

Понятие фотографической экспозиции.

Контроль за техническими параметрами кадра.

Понятие глубины резкости в кадре

Операторская техника: виды аппаратуры

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

Задачи режиссера видеоролика

Особенности режиссуры с точки зрения монтажа

Отношения режиссера и продюсера

Режиссер как руководитель съемочного процесса

Анализ творческого опыта режиссера рекламы (на выбор студента)

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3**

1. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### ***Требования к структуре реферата (доклада):***

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

##### **Основные требования к оформлению:**

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые,



подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **Экзамен**, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b><i>ИТОГО:</i></b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и

Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы), дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенций</b>	<b>Форма рубежного контроля</b>	<b>Вопросы/задания рубежного контроля</b>
1	<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие видеорекламы</b>	ОПК-4; ПК-3	Эссе	<b>«Видеореклама на телевидении и в Интернете: общее и особенное»</b>
2.	<b>РАЗДЕЛ 2. Производство рекламного ролика: первый этап</b>	ОПК-4; ПК-3	Эссе	<b>«Какова роль в видеорекламе идеи, брифа, сценария?»</b>

	<b>РАЗДЕЛ 3 Производство рекламного ролика: второй этап</b>	ОПК-4; ПК-3	эссе	<b>«Фигура режиссера видеоролика: диктатор или подчиненный?»</b>
--	---	----------------	------	--

**4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
--	-------------------------

<p>ОПК-4;</p>	<p>Преимущества и недостатки видеорекламы как вида рекламы.</p> <p>Жанры видеорекламы.</p> <p>Видеоматериалы для PR-коммуникации.</p> <p>Построение образной системы рекламного ролика.</p> <p>Использование визуальных, словесных, аудиальных образов.</p> <p>Образ героя в рекламном ролике.</p> <p>Сюжетно-композиционная структура рекламного ролика.</p> <p>Использование "поворотных точек" сюжета.</p> <p>Жанры видеорекламы.</p> <p>Подготовительный этап производства рекламного видео</p> <p>Общая характеристика технологического процесса производства рекламного видео.</p> <p>Разработка сценарной идеи, литературного и режиссерского сценария.</p> <p>Взаимодействие продюсера, сценариста и режиссера. Процесс утверждения сценария у заказчика.</p>
<p>ПК-3</p>	<p>Подготовка к съемкам.</p> <p>Разработка операторской экспликации, определение и подбор необходимого оборудования.</p> <p>Определение места съемок.</p> <p>Подготовка съемочного павильона, декораций и реквизита.</p> <p>Подготовка к съемкам на натуре.</p> <p>Подбор актеров.</p> <p>Основные технологические этапы производства рекламного видео</p> <p>Организация съемочного процесса.</p> <p>Руководство съемочной группой и вспомогательными службами.</p> <p>Особенности процесса пост-продакшн рекламного ролика.</p> <p>Использование графики, цветокоррекции и работа со звуком.</p> <p>Особенности производства рекламного видео малых (ролик) и крупных жанровых форм (презентационный фильм, имиджевый фильм, корпоративный фильм).</p>



--	--

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

#### 5.1.1. Основная литература

1. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406>.
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11227-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495741>
2. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14857-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497186>
3. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для вузов / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514062>

**5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https:// grebennikon.ru/</a>

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности

может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

##### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими

средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### **5.6. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменени я
1.			
2.			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий  
Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ**

**Направление подготовки  
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность  
«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная**

**Москва 2023**



## СОДЕРЖАНИЕ

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Цифровой маркетинг**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2017 №512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Цифровой маркетинг**» разработана рабочей группой в составе: Шевченко Д.А.  
Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой  
Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

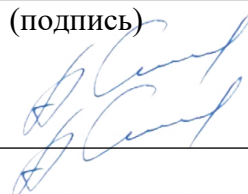
Психология и бизнес Консалтинг групп,  
генеральный директор



И.В. Ниесов

(подпись)

Консалтинговая группа «Орта»,  
генеральный директор



А.А. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия

МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

(подпись)



В.А. Матанис

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических приемов переговорного процесса, как объективного и неотъемлемого феномена жизни каждого человека и сообществ людей в целом с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

Познакомить студентов с общей теорией цифрового маркетинга – микс в рамках рекламы и связей с общественностью.

Показать взаимосвязь цифрового маркетинга, рекламы и связей с общественностью, связь цифрового маркетинга организации с необходимостью работы со СМИ в формате журналистике  
Раскрыть особенности целей и задач цифрового маркетинга, принципы и тенденции его воплощения.

Дать характеристику стратегии цифрового маркетинга. Научить пользоваться механизмами управления цифровыми технологиями анализа и влияния на рынок.

Студенты должны научиться понимать, как работать с целевыми аудиториями в условиях цифровизации. Четко и ясно представлять себе конкурентный анализ цифрового окружения и места них рекламы и PR.

Понимание что такое SEO (поисковая оптимизации, цифровой маркетинг социальных сетей, основных стратегий контент – маркетинга, воздействия новых медиа.

Преимущества мобильного маркетинга, роли Email маркетинга, цифровой системы CRM позволяют понять, как использовать эти инструменты для продвижения организации в цифровой среде бизнеса.

### 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ОПК-6; ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов

	политических и экономически механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: методы работы с необходимым техническим оборудованием и программным обеспечением Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы Стратегия контент - маркетинга Понимание новых медиа Инструменты цифрового маркетинга Мобильный маркетинг Электронный маркетинг и система CRM  Уметь: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Применять на практике инструменты цифрового маркетинга Мобильный маркетинг Электронный маркетинг и система CRM
	ПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и	ПК-3.1. Ставит профессиональные задачи журналистам ПК-3.2. Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов ПК-3.3. Выверяет соблюдение	Знать: редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать Уметь: осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и

	других медиа и координировать редакционный процесс	профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста ПК-3.4. Определяет дедлайны и отслеживает их соблюдение	координировать
--	--	---	----------------

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3	
		Семестр 5	Семестр 6
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	72	72	
Лекционные занятия	24	24	
из них: в форме практической подготовки			
Практические занятия	48	48	
из них: в форме практической подготовки			
Консультации / Иная контактная работа			
из них: в форме практической подготовки			
Самостоятельная работа обучающихся	63	63	
Контроль промежуточной аттестации	9	9	
Форма промежуточной аттестации	Зачет		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме	Лабораторные занятия	из них: в форме	Консультации / Иная самостоятельная работа
<b>Модуль 1 (Курс 3 семестр 5)</b>										
<b>Раздел 1. Понимание и особенности появления цифрового маркетинга</b>	34	16		6		12				
<b>Тема 1.1.</b> Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга.	17	8		3		6				
<b>Тема 1.2.</b> Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга	17	8		3		6				
<b>Раздел 2. Цифровые факторы маркетинга-микс</b>	34	16		6		12				
<b>Тема 2.1.</b> SEO - поисковая оптимизация сайта	17	8		3		6				
<b>Тема 2.2.</b> Цифровой маркетинг социальных сетей	17	8		3		6				
<b>Раздел 3. Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы</b>	34	16		6		12				
<b>Тема 3.1.</b> Стратегия контент - маркетинга	17	8		3		6				
<b>Тема 3.2.</b> Понимание новых медиа	17	8		3		6				
<b>Раздел 4. Инструменты цифрового маркетинга</b>	34	16		6		12				
<b>Тема 4.1.</b> Мобильный маркетинг	17	8		3		6				
<b>Тема 4.2.</b> Электронный маркетинг и система CRM	17	8		3		6				
<b>Контроль</b>	9									

Раздел, тема  промежуточной аттестации (час)	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме	Лабораторные занятия	из них: в форме	Консультации / Иная форма работы	из них: в форме практической подготовки
<b>Общий объем, часов</b>	144	63	72	24		48					

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Понимание и особенности появления цифрового маркетинга

Цифровой маркетинг – это маркетинг и реклама продуктов и услуг с использованием цифровых каналов для охвата потребителей.

Цифровой маркетинг включает инструменты и технологии продвижения интернет-маркетинга. Digital маркетинг шире интернет - маркетинга, так как включает каналы, которые не требующие использования Интернет. Сюда относятся: ТВ реклама (только цифровые каналы), приложения, SMS рассылка, «второй экран» или second screen технологии, синхронизация с интернет-рекламой. Это также: устройства, предоставляющие доступ к Интернет (компьютеры, планшеты, смартфоны и т.д.), локальные сети, внутренние сети компаний – экстранет, мобильные устройства, приложения типа: WOW звонков на телефон, цифровое телевидение, интерактивные экраны, POS терминалы (digital media, которые постепенно вытесняют стандартную наружную рекламу), digital гаджеты – устройства, которые могут собирать информацию и передавать ее на другие носители, например, «умные часы», фитнес браслеты и другие digital устройства.

К цифровым методам маркетинга относятся: поисковая оптимизация (SEO), маркетинг социальных сетей (SMM), контент-маркетинг, цифровая реклама. Они реализуются средствами маркетинга влияний, автоматизации контента, маркетинга данных (CRM), маркетинга электронной коммерции, прямого маркетинга, электронной почты (DM), медийной рекламы (баннерной и контекстной), электронных книг, оптических дисков и игр.

Цифровой маркетинг — это целенаправленный, ориентированный на конверсию, позволяющий привлечь потенциальных клиентов и превратить их в реальных клиентов.

Появление новых форм рыночной экономике не отменяют наши традиционные представления об основополагающих принципах маркетинга, маркетинговой теории. Фундаментальные принципы маркетинговой теории используются маркетологами как алгоритмы теоретического построения анализа рынка и коммуникаций.

Специального рассмотрения требует принципиальные отличия традиционного и цифрового маркетинга.

#### Тема 1.1. Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга

Цифровой маркетинг меняет и профессиональный ландшафт рабочих мест и профессий



Технологический фактор в современном процессе развития рыночных отношений становится определяющим для развития всех других факторов и сил, которые оказывают влияние на развитие маркетинговых отношений между вендорами и потребителями.

Позиционирование оставаясь неизменной платформой брендинга. Самое существенное изменение происходит в доставке, обработке данных и появлении абсолютно новых каналов рекламирования. Процесс медиапланирования и медиабаинг уже доступен в автоматическом режиме.

Автоматизация улучшает производство, при ней сохраняется способ ведения дел на предприятии.

При цифровой трансформации меняется сам продукт, трансформируются взаимоотношения между клиентом и поставщиками, позиционирование самой компании. Это результат комплексного подхода к использованию цифровых ресурсов на предприятии.

Проявлениями цифровой экономики являются:

- онлайн-услуги;
- торговля через интернет;
- электронные платежи;
- краудфандинг;
- реклама в интернете;
- электронный документооборот и т.д.

Маркетинг 1.0 рожден в период промышленной революции, поскольку предложение и конкуренция были минимальными, а потребитель все еще не понимал бренды, продукт был в центре внимания рынка;

Маркетинг 2.0 - порожден в век информации. С ростом рынка и появлением мощных средств массовой информации на сцену вышли реклама и бренды, и компании начали ориентироваться в соответствии с выбором покупателей.

Маркетинг 3.0 – реальность 21 века. С появлением средств коммуникации, особенно Интернета, потребитель стал более критично относиться к обществу и рынку, заставляя компании занимать позиции, отражающие их идеалы и ценности.

Marketing 4.0 – это внедрение Интернета вещей (IoT) в промышленную модель, что делает интеграцию производственных процессов жизнеспособной. Когда все машины и устройства подключены к сети можно интегрировать различные каналы связи и рост потребления веб-контента.

Digital-стратег – разрабатывает и координирует внедрение стратегии продвижения бизнеса

Маркетолог-аналитик - оценивает текущее положение дел в компании, результаты рекламных кампаний и маркетинговых активностей.

SEO-специалист - продвигает сайты в поисковых системах, привлекая органический трафик.

SMM-менеджер продвигает бизнес или любой другой проект в соцсетях. В зоне ответственности обычно контент, активности и комьюнити, но иногда и таргетированная реклама.

Контент-маркетолог продвигает компании, товары, услуги, проекты с помощью полезного контента – текстов, графики, видео, подкастов и даже игр. Рулит

Главная задача таргетолога - настройка таргетированной рекламы в соцсетях.

PR-менеджер продвигает компанию и повышает узнаваемость бренда за счет выстраивания коммуникации с аудиторией, работы с блогерами и СМИ, организации PR-мероприятий.

Специалист по контекстной рекламе настраивает и ведет рекламные кампании в системах контекстной рекламы, преимущественно – в Яндекс.Директе и Google Ads.

Копирайтер - делает контент, преимущественно – текстовый, но часто принимает участие в создании визуального контента (рекламные баннеры, презентации) и видео (сценарии роликов).

Performance-маркетолог.

Performance-маркетолог - организует комплексное продвижение компании в  
Email-маркетолог / CRM – маркетолог продвигает товары и услуги с помощью email-рассылок – контентных, рекламных, триггерных и т. д. и системы CRM.

## **Тема 1.2. Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга**

Теоретическая платформа, определяющая стратегию и тактику цифрового маркетинга представлена комплексом четырех факторов: SEO (поисковая оптимизация) – SMM (социальные сети) - Контент-маркетинг - Реклама (Ads).

SEO имеет прямую связь с оптимизацией сайта. Фундаментальный принцип маркетинга - усилия по оптимизации сайта всегда должны быть сосредоточены на запросах пользователей, а не на поисковых системах. Цель любого поисковика - улучшить доступ пользователей к Интернет-ресурсам. В этом отношении цели собственников поисковых систем и SEO специалистов сайта совпадают. Основная цель SEO - улучшение позиции страницы сайта в выдачи на поисковый запрос пользователя. По статистике, интернет-пользователи чаще всего кликают по первым нескольким ссылкам, появляющимся на первой странице поисковика.

Цифровой маркетинг должен быть там, где есть клиенты. Клиенты почти все сегодня в социальных сетях. Социальные сети (SMM) являются виртуальной площадкой, где возможно реализовать методы цифрового маркетинга, чтобы адаптироваться к рыночному пространству и получить результаты.

Социальные сети имеют актуальное значение для брендов, потому что представляют собой витрины продуктов и услуг, где потребитель может оценить преимущества, обсудить их в сообществе и даже принять решение о покупке. Существует несколько типов социальных сетей, каждая из которых состоит из дифференцированной и сегментированной аудитории: ВКонтакте, Одноклассники и другие.

Контент-маркетинг часть цифрового маркетинга. Этот элемент непосредственно связан с другими элементами цифрового продвижения: SEO, SMM, Ads (PR). Контент-маркетинг — это маркетинговый метод/техника/технология/способ создания и распространения ценного, актуального и согласованного контента для привлечения четко определенной аудитории с целью стимулирования выгодных действий клиентов.

Контент – маркетинг не надо путать с партнерским маркетингом. Партнерский маркетинг очень распространенный способ получения дохода с помощью цифрового маркетинга - через аффилированных лиц.

Новые медиа часть цифрового маркетинга. Это маркетинговые инструменты, которые увеличивают видимость и позиционирование бизнеса, сайта, блога, аккаунтов социальных сетей компании в Интернете.

Цифровые медиа, новые СМИ, новые медиа, цифровая медийная реклама, интернет-медиа, онлайн – медиа, таргетированная реклама, интерактивная реклама, цифровые СМИ, дисплейная реклама с точки зрения маркетинга представляют собой идентичную форму. Новые медиа включают в себя: программное обеспечение, цифровые изображения, цифровое видео, видеоигры, веб-страницы, веб-сайты, социальные сети, цифровые данные и базы данных, цифровое аудио, такое как MP3, электронные документы и электронные книги.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1 Понимание и особенности появления цифрового маркетинга**

### **Тема практического занятия: 1.1. Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга**

#### **Темы контрольных работ**

1. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Digital-стратег.
2. Характеристика профессиональных задач стоящих перед профессией Маркетолог-аналитик.
3. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией SEO-специалист.

4. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией SMM-менеджер.
5. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Контент-маркетолог
6. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией PR-менеджер  
Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Специалист по контекстной рекламе.
7. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Копирайтер.
8. - делает контент, преимущественно – текстовый, но часто принимает участие в создании
9. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Performance-маркетолог.
10. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Email-маркетолог / CRM – маркетолог.

**Тема практического занятия: 1.2. Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ**

1. Характеристика теоретической платформы цифрового маркетинга-микс: SEO (поисковая оптимизация) – SMM (социальные сети) - Контент-маркетинг - Реклама (Ads).
2. Обоснование утверждения: SEO имеет прямую связь с оптимизацией сайта.
3. Обоснование утверждения: цифровой маркетинг должен быть там, где есть клиенты. Клиенты почти все сегодня в социальных сетях (SMM).
4. Обоснование утверждения: контент-маркетинг часть цифрового маркетинга. Этот элемент непосредственно связан с другими элементами цифрового продвижения: SEO, SMM, Ads (PR).
5. Обоснование утверждения: контент – маркетинг не надо путать с партнерским маркетингом
6. Обоснование утверждения: новые медиа часть цифрового маркетинга. Инструменты новых медиа. Цифровые медиа, новые СМИ, новые медиа, цифровая медийная реклама, интернет-медиа, онлайн – медиа, таргетированная реклама.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1 форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **РАЗДЕЛ 2. Цифровые факторы маркетинга-микс**

Понимание природы и роли цифрового маркетинга, требует обратиться к структуре цифрового маркетинга– цифровому маркетингу.

Мы исходим из того, что цифровой маркетинг- микс реализуется через комплекс четырех факторов цифрового маркетинга: SEO (поисковая оптимизация) - SMM (социальные сети) - Контент-маркетинг - Реклама (Ads).

## Тема 2.1. SEO - поисковая оптимизация сайта

SEO - оптимизация или поисковая оптимизация – это система мероприятий, направленная на улучшение позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем при продвижении сайта. Чтобы погрузиться в технические и технологические особенности SEO, необходимо изучить основные позиции и правила поисковой оптимизации.

Для современного SEO актуально следующее:

- писать 1-2 статьи в неделю на протяжении многих лет;
- оптимизировать дизайн сайта под мобильную аудиторию;
- проводить постоянную аналитику сайта SEO (количество посетителей сайта с поиска, разрез по источникам (отдельно считать тех, кто пришел с Яндекса и отдельно тех, кто пришел с Гугла), глубина просмотра (сколько в среднем страниц просматривают посетители сайта за один сеанс), среднее время, проведенное на сайте, средняя позиция сайта в поисковой выдаче, процент отказов;
- «перелиновка» страниц сайта (заметив, что просматриваются активно 1- 2 страницы, улучшить их, добавить в них полезные ссылки, тем самым увеличить глубину просмотра;
- подготовка такого контента, который направлен на решение проблем клиентов.

Трафик зависит от эффективности действий сеошника, а не от бюджета напрямую. SEO имеет пролонгированное действие, оно не «выключится», даже когда бюджет закончится.

Маркетинговая стратегия SEO реализуется через понимание потребностей целевой аудитории. Иначе подбор ключевых слов пройдет впустую, не попадет в цель.

Поисковая оптимизация может являться самостоятельной услугой при подготовке к продвижению сайта. Может являться первым этапом при продвижении сайта в ТОП или продвижения по трафику.

Поисковая оптимизация является одним из главных методов увеличения объемов продаж через сайт. Она заключается в том, чтобы придать ресурсу характеристики, которые позитивно оценят поисковые системы при ранжировании. Привлечение трафика актуально как для информационных ресурсов, так и для коммерческих сайтов.

SEO (поисковая оптимизация) — это практика увеличения посещаемости веб-сайта за счет органических результатов поиска. Органические результаты поиска – это та часть страницы, которая формируется в соответствии с алгоритмами поисковых систем.

Достоинства SEO заключаются в том, что ее эффект в большинстве случаев будет сильнее, чем от контекстной рекламы. Но его нужно ждать от 6 месяцев, а иногда даже и около года. Поисковый трафик будет идти на сайт даже после того, как вы перестанете финансово поддерживать этот интернет-маркетинговый канал.

Когда SEO лучше контекстной рекламы:

- когда цель максимально уменьшить стоимость привлечения новых клиентов в долгосрочной перспективе;
- когда бюджет ограничен и при этом отсутствует необходимость в достижении мгновенного результата;
- когда приоритетом является привлечение пользователей в долгосрочной перспективе;
- когда заинтересованы в росте ROI даже после непосредственного завершения кампании по продвижению.

Действия по внутренней оптимизации улучшают сайт и оказывающим непосредственное влияние на его позиции сайта.

Внутренняя оптимизация – это самая трудоёмкая работа, её необходимо проводить постоянно. Именно от внутренней оптимизации в целом зависит успех проекта.

Внешняя оптимизация – это наращивание ссылочной массы, т.е. получение ссылок на свой сайт с других ресурсов. В условиях ужесточения борьбы поисковиков со ссылками главной проблемой является подбор хорошего сайта-донора.

. Ключевое слово — это то, что человек или пользователь вводит в поисковую систему, чтобы найти конкретную информацию. Ключевые слова являются частью метаданных веб-страницы и

помогают поисковым системам сопоставлять страницу с соответствующим поисковым запросом. Разумное использование ключевых слов с точки зрения SEO становится обязательным.

Мы замечали, что оптимизация SEO в основном подразделяются на две секции:

- внестраничное SEO;
- оптимизация страницы.

Аудит SEO для сайта как правило требует определённых денежных затрат. Перед тем как заказывать ручной SEO аудит, следует проверить свой сайт самостоятельно через сервисы:

Конкурентный анализ — это исследование того, как конкуренты выделяют и продвигают свой бренд в цифровой среде, прежде всего на своих веб-сайтах. По сути, мы сравниваем свои усилия по SEO с практикой и достоинствами других компаний, предлагающих аналогичные продукты той же целевой аудитории, но разные по цене качеству и сервису.

Разработана методика оценки сайта «НКВДИ» профессора Шевченко Д.А. «НКВДИ – аббревиатура критериев: навигация, контент, видимость, дизайн, интерактивность которые имеют параметры измерения.

Методика была разработана для оценки сайта вуза.

## **Тема 2.2. Цифровой маркетинг социальных сетей**

Маркетинг в социальных сетях не такой дорогой способ (по сравнению с традиционными СМИ) повышения узнаваемости бренда и продвижения товаров и услуг на рынке. Но набрать столько подписчиков в социальных сетях непросто. И недостаточно просто присутствовать на платформе.

SMM - это комплекс мероприятий в социальных сетях, блогах и иных Интернет-ресурсах, направленных на продвижение товаров или услуг. Цель работы специалистов в социальных сетях, как и в обычном маркетинге – продажи.

Привлечение на сайт посетителей из социальных медиа: блогов, социальных сетей потребует использования комплекса мер:

Адаптировать контент. Это проработка содержимого. Длинные статьи вызывают скуку, поэтому необходимо публиковать разнообразные материалы, включающие аудио (например, подкасты), изображения, и, разумеется, видео.

Добавлять кнопки. Для того, чтобы читатель мог быстро передать интересную статью друзьям. Добавьте кнопки «мне нравится» или «поделиться».

Добавлять виджеты. Обязательный блок – «комментарии». Правильно перенесите эту рубрику ВКонтакте, чтобы люди могли оставить отзыв и пообщаться друг с другом. Привычный формат мотивирует высказывать свои мнения и делиться мыслями.

Регистрироваться через соцсети. Пользователи не любят тратить время на регистрацию, поэтому многим легче использовать готовые аккаунты. В этом случае правильно прибегнуть к плагинам: WordPress Social Login.

Не забывайте про общение и обратную связь. Просматривать и модерировать комментарии, отвечать на вопросы. Дать понять, что платформа ведётся не менее активно, чем социальные сети.

Внимание дизайну. Подписчик вряд ли остановится на площадке, не привлекающей его внимание. Лучше отказаться от ярких и кричащих цветов, неприятных глазу шрифтов. Придерживайтесь единого стиля в оформлении.

Аналитика социальных медиа — это не только цифры. В социальных сетях содержится огромное количество информации о пользователях: демография, география, интересы, активность и многое другое.

SMM-специалисту важно уметь собирать эту информацию, визуализировать и использовать для повышения эффективности.

С помощью аналитики можно:

- провести качественный анализ конкурентов;
- установить свои KPI;
- изучить интересы целевой аудитории;

- провести сегментацию аудитории;
- проанализировать эффективность вовлекающих механик и контента;
- спланировать наиболее эффективный график публикаций.

Среди наиболее популярных сервисов автоматизации социальных медиа:

JagaJam – автоматизированный аналитический сервис социальных сетей предоставляет обширную информацию о целевой аудитории:

- общее количество участников;
- данные о самых активных участниках за неделю и за месяц;
- воздействие – количество пользователей социальной сети, которые каким-либо образом проявляли активность по отношению к сообществу;
- экспрессия – количество пользователей социальной сети, которые проявляли активность по отношению к контенту сообщества.

В JagaJam есть большой набор показателей для анализа любой, даже самой сложной рекламной кампании:

- активность пользователей;
- вовлеченность аудитории;
- демография и география участников;
- пересечение аудитории с конкурентами и многое другое.

На сервисе JagaJam имеется возможность сделать индивидуальный шаблон отчета, выгрузить каждый график отдельно, добавить другие графики, необходимые для анализа изучаемого сообщества.

Методика оценки коммуникаций бренда в социальных медиа профессора Д. Шевченко.

Дизайн оформления группы, единство фирменного стиля

Общие показатели страницы

Динамика подписчиков

Реакции подписчиков

Вовлеченность

на пост - ERR

Просмотры контента

Обратная связь -RR

Контент-стратегия

Качество контента (позиционирование бренда)

Изучив конкурентов в соцсетях, можно улучшить свою стратегию продвижения. Уточнить, как лучше изменить оформление, на каком контенте стоит сделать акцент, какой стиль общения «заходит» в аудиторию.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2 Цифровые факторы маркетинга-микс**

**Тема практического занятия: 2.1. SEO - поисковая оптимизация сайта**

**Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа**

**Темы контрольных работ**

1. Понимание природы и роли цифрового маркетинга
2. Цифровой маркетинг- микс реализуется через комплекс четырех факторов цифрового маркетинга: SEO (поисковая оптимизация) - SMM (социальные сети) - Контент-маркетинг - Реклама (Ads).
3. SEO - оптимизация или поисковая оптимизация – это система мероприятий, направленная на улучшение позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем при продвижении сайта.
4. Для современного SEO актуально следующее:
  - писать 1-2 статьи в неделю на протяжении многих лет;
  - оптимизировать дизайн сайта под мобильную аудиторию;
  - проводить постоянную аналитику сайта SEO (количество посетителей сайта с поиска, разрез по источникам)

5. SEO (поисковая оптимизация) — это практика увеличения посещаемости веб-сайта за счет органических результатов поиска
6. Когда SEO лучше контекстной рекламы:
7. Внутренняя оптимизация – это самая трудоёмкая работа
8. Ключевое слово — это то, что человек или пользователь вводит в поисковую систему
9. Оптимизация SEO в основном подразделяются на две секции:
  - внестраничное SEO;
  - оптимизация страницы.
10. Конкурентный анализ цифрового маркетинга
11. Методика оценки сайта «НКВДИ» профессора Шевченко Д.А. «НКВДИ – аббревиатура критериев: навигация, контент, видимость, дизайн, интерактивность которые имеют параметры измерения.

## **Тема практического занятия: 2.2. Цифровой маркетинг социальных сетей**

Форма практического задания: **дискуссии; контрольная работа**

### **Темы контрольных работ**

1. SMM - это комплекс мероприятий в социальных сетях, блогах и иных Интернет-ресурсах, направленных на продвижение товаров или услуг
2. Привлечение на сайт посетителей из социальных медиа: блогов, социальных сетей потребует использования комплекса мер:
  - Адаптировать контент.
  - Добавлять кнопки
  - Добавлять виджеты
  - Регистрироваться через соцсети
  - Общение и обратная связь
  - Внимание дизайну.

SMM-специалисту важно уметь собирать эту информацию, визуализировать и использовать для повышения эффективности.

С помощью аналитики можно:

- провести качественный анализ конкурентов;
- установить свои KPI;
- изучить интересы целевой аудитории;
- провести сегментацию аудитории;
- проанализировать эффективность вовлекающих механик и контента;
- спланировать наиболее эффективный график публикаций.

Среди наиболее популярных сервисов автоматизации социальных медиа:

JagaJam – автоматизированный аналитический сервис социальных сетей предоставляет обширную информацию о целевой аудитории:

- общее количество участников;
- данные о самых активных участниках за неделю и за месяц;
- воздействие – количество пользователей социальной сети, которые каким-либо образом проявляли активность по отношению к сообществу;
- экспрессия – количество пользователей социальной сети, которые проявляли активность по отношению к контенту сообщества.

Методика оценки коммуникаций бренда в социальных медиа профессора Д. Шевченко.

- Дизайн оформления группы, единство фирменного стиля
- Общие показатели страницы
- Динамика подписчиков
- Реакции подписчиков
- Вовлеченность на пост - ERR

- Просмотры контента
- Обратная связь -RR
- Контент-стратегия
- Качество контента (позиционирование бренда)

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3 Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы**

**Тема практического занятия: 3.1. Стратегия контент - маркетинга**

**Тема практического занятия: 3.2. Понимание новых медиа**

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа,

Темы контрольных работ

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **РАЗДЕЛ 3. Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы**

Контент — это представляет собой любой формат, который представлен в виде текста, видео, изображения или любых других средств, который позволяет бренду или бизнесу передать сообщение своим потребителям или предоставить информацию о любом интересующем факте или событии. Обычно это то, что питает сети, чтобы побудить пользователей перемещаться по ним или даже улучшить свое позиционирование в поисковых системах.

Контент - в цифровой сфере позволяет использовать подходящий формат для запуска идеи или сообщения в адрес общественности. Внутри маркетинга существует целая отрасль, которая вращается вокруг контента, известная как контент-маркетинг.

Контент маркетинг – создание и распространение в Интернет полезной для потребителя информации, фактов, данных с целью завоевания доверия к компании и ее продуктам, а также с целью привлечения потенциальных клиентов.

#### **Тема 3.1. Стратегия контент – маркетинга**

Форма практического задания: **дискуссии; контрольная работа**

Контент-маркетинг – это одновременно польза, как для компании, так и для потребителя.

Контент-менеджер, создающий и распространяющий полезную для потребителей информацию и знания, стремится не навязчиво рассказать о компании, событиях, происходящих в той или иной ее области с целью создания положительного имиджа и позитивной репутации брендов.

Специалисты считают самыми перспективными 4 типа контента:

1. Видео и прямые трансляции. видео и прямой эфир будут самыми популярными среди пользователей сетей. Просмотр видео - одно из основных занятий, которым люди занимаются в Интернет. Живые эфиры в соцсетях - супертренд эпохи Covid-19. Популярность видео-контента из года в год растет, и особое место в этой нише занимают онлайн-трансляции:

2. Интерактивный контент – это контент, который позволяет аудитории активно взаимодействовать, в отличие от статичного контента, который можно просто пассивно смотреть или читать. Примеры интерактивного

3. Вебинары и онлайн-курсы. Онлайн-обучение – самая большая тенденция контент-маркетинга в 2021 году. С ростом социальных сообществ и акцентом на персонализацию в



маркетинге во время пандемии создание сообществ было толчком для целых серий онлайн вебинаров и курсов

4. Микровлиятельные лица (микроинфлюенсеры) - это цифровые инфлюенсеры, люди, которые создают контент, влияющий на поведение и влияющий на группу людей, обычно на их «последователей».

Планирование и реализация стратегии контент-маркетинга.

Определение целей бизнеса в соцсетях. Основные цели контент маркетинга в повышении:

- Узнаваемость бренда.
- Конверсии.
- Приверженность бренду.
- Привлечения клиентов.
- Взаимопонимание и доверие.
- Стратегические партнеры.
- Доход.

KPI — это количественная оценка измерения фактической производительности по отношению к заявленным целям. Как говорится, то, что можно измерить, можно улучшить. Не существует четкого правила для выбора правильных KPI, есть ряд факторов, которые всегда должны учитывать.

### **Тема 3.2. Понимание новых медиа**

Форма практического задания: **дискуссии; контрольная работа**

Медиа (англ. media) – это канал связи, СМИ, носители, средства коммуникации, инструменты передачи информации широкой аудитории (общественности). В этом смысле цифровые медиа — это те же СМИ (средства массовой информации) только в цифровой среде.

Медиа в рекламе или медийная реклама — это реклама на веб-сайтах, в приложениях или в социальных сетях с помощью баннеров или других рекламных форматов, состоящих из текста, изображений, flash, видео и аудио.

Цифровые (новые) медиа – то, что относится к Интернету, электронным технологиям и контенту:

- статьи в блоге;
- раздатки (whitepapers);
- инструкции;
- лендинги;
- кейсы;
- посты в соцсетях;
- ответы на вопросы на форумах и в комментариях;
- интервью;
- гостевые посты;
- посты в канале в Телеграм и др.

Цифровые медиа – пространства для общения и обмена информацией между пользователями и производителями цифрового контента. Это часть комплекса маркетинга «4 и 7 P».

Главная особенность цифровых медиа - таргетинг. Таргетированная реклама, «таргет» представляет собой объявления, которые транслируются определенной целевой аудитории с учетом демографических и даже психографических их характеристик.

Выделяются 3 типа цифровых носителей:

1. Собственные медиа.
2. Платные медиа.
3. Заработанные медиа.

Большинство платформ онлайн-маркетинга принимают три основные медийные форматы рекламы:

- 1) Баннерная реклама.
- 2) Контекстная реклама.
- 3) Видеореклама.

Модель системы маркетинговых коммуникаций профессора Д. Шевченко.

Данная классификация состоит из шести подклассов маркетинговых коммуникаций

- 1) реклама - ATL (above the line);
- 2) стимулирование сбыта - BTL (below the line);
- 3) связи с общественностью и органами власти - PR/GR (Public Relations / Government Relations);
- 4) цифровые коммуникации;
- 5) личные продажи;
- 6) прямой маркетинг - DM (direct-marketing).

## **РАЗДЕЛ 4. Инструменты цифрового маркетинга**

### **Тема 4.1. Мобильный маркетинг**

Мобильный маркетинг — это способ продвижения продуктов или сервисов с помощью мобильных устройств, совокупность всех инструментов коммуникации и продвижения в мобильных устройствах (мобильных телефонах, смартфонах, планшетах), направленных на достижение целей бизнеса компании.

Преимущество стратегии мобильного маркетинга заключается в персонализации контента с учетом времени и месторасположения потенциального клиента.

С его помощью решаются следующие задачи:

- повышение первичных продаж;
- повышение повторных продаж;
- удержание текущих клиентов;
- повышение популярности бренда;
- повышение лояльности клиентов;
- получение обратной связи от клиентов.

Основные инструменты в мобильном маркетинге:

- мобильные сайты;
- мобильные приложения, дополненная реальность, QR коды;
- мобильная реклама;
- маркетинг в мессенджерах и чатботы;
- SMS и MMS рассылки;
- IVR-порталы для компаний и автозвонилки.

Виды мобильного маркетинга.

1. Мобильные сайты. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта.

2. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений:

- ВК- отличный пример рекламы в приложении.
- Бронирование отелей, авиабилетов, аренда автомобилей, заказ такси.
- Заказ еды и поиск ресторанов поблизости.
- Онлайн кинотеатры и бронирование билетов в обычное кино.
- Поиск работы.
- Приложение по поиску и продаже недвижимости.
- Навигационные приложения и туристические гиды.
- Приложения для банков.
- Мессенджеры и социальные сети.

- Новости.
  - Обучающие приложения (иностранный язык, ПДД и т. д.).
  - Программы лояльности в магазинах.
  - Личные кабинеты от веба сервисов.
  - Хранение данных и интеграция с облачными сервисами.
3. Внутриигровая реклама. О
  4. QR коды.
  5. Мобильная реклама.
  6. Bluetooth маркетинг.
  7. Реклама в Wi-Fi сетях.
  8. Голосовой маркетинг.
  9. SMS и MMS рассылки. Маркетологи часто используют SMS маркетинг для общения с клиентами и продвижения бренда.
  11. Маркетинг в мессенджерах и чатботы.

#### **Тема: 4.2. Электронный маркетинг и система CRM.**

Электронная почта – это технология для отправки и получения электронных писем между компьютерами в локальной сети или сети интернет, по протоколу SMTP с целью информирования потенциальных и реальных клиентов о возможностях бизнеса компании.

Электронная почта является лидером деловой коммуникации. 75% респондентов заявляют, что электронная почта - наиболее важное средство коммуникации. Она же остается одним из каналов digital- маркетинговых коммуникаций.

На сайте [www.completo.ru](http://www.completo.ru) помещен кейс, где с помощью email- маркетинга решаются ключевые задачи для успешного строительного бизнеса:

- повышение лояльности потенциальных покупателей к бренду компании;
- удержание и конвертация посетителей, не совершающих действий; ускорение цикла продаж;
- увеличение числа заказов сайдинга с монтажом; увеличение числа кросс продаж.

Электронный маркетинг является процессом отправки коммерческих сообщений группы контактов, сделанных компанией в Интернете.

Канал прямого общения с пользователем - непревзойденный инструмент, который может принести очень эффективные результаты. Фактически, можно сегментировать свои списки по различным факторам, таким как скорость открытия электронных писем, ответы, загрузки материала и другие.

Прямой электронный маркетинг — это метод электронного маркетинга, при котором рассылки рассылаются напрямую потенциальным клиентам. Такой маркетинговый подход направлен не только на продажу товаров и услуг, но и на улучшение отношений с клиентами.

Email-кампания работает в форматах использования ретаргетинга, апсейлов (up sale).

Технология проведения конкурентного анализа компаний, использующих электронный маркетинг в своем бизнесе требует:

1. Сбор контактов. Откройте сайты конкурентов и посмотрите, как они подписывают на рассылку. Механики могут быть разными: статические формы подписки, подарок в обмен на email (чек-лист, книга, видео-инструкция).

2. Содержание подписных форм. Посмотрите, каким образом конкурент запрашивает адрес или предлагает подписку: рассказывает о преимуществах, предлагает выгоду или использует только призыв к действию. Обратите внимание на оформление и расположение форм, количество полей.

3. График отправки писем. Подпишитесь на рассылки конкурентов. Советуем сделать это в самом начале конкурентного анализа. Пока вы будете исследовать другие направления, накопится достаточное количество писем для оценки.

4. Контентное содержание. Посмотрите, о чем пишут конкуренты. Возможно, это какая-то полезная информация по продукту, новости компании, истории клиентов и прочее

5. Типы писем в рассылке. Проанализируйте типы рассылок: какие виды писем используют конкуренты.

Понимание цифровой системы CRM. Аббревиатура CRM или Customer Relationship Management с англ. переводится как «управление взаимоотношениями с клиентами». CRM-система помогает выстроить лучшие цепочки взаимодействия. В результате кардинально повышается качество работы и объем продаж.

Компании под влиянием кризиса и усиления конкуренции начали осознавать важность понимания своих клиентов, их потребностей, моделей поведения и ценностей, выстраивания с ними долгосрочных взаимоотношений. На помощь отделам продаж в этой ситуации приходят не только CRM системы, но и CRM маркетинг.

В отличие от CRM систем, являющихся прикладным инструментом отдела продаж, CRM маркетинг позволяет управлять маркетингом на основе:

- аккумулируемой в разных программных продуктах информации;
- методологии сбора и анализа информации, соответствующей особенностям целевой аудитории и специфике бизнеса;
- набора технологий и инструментов, подходящих для достижения целей, стоящих перед компанией;
- каналов коммуникаций, с помощью которых осуществляется взаимодействие с потребителями (например, личных коммуникаций с менеджерами по продажам, социальных сетей, электронной почты, “горячей линии”, мессенджеров и др.);
- коммуникационной стратегии компании, подчиненной корпоративной стратегии и целям — это базовый элемент CRM маркетинга, на котором строится вся деятельность по управлению взаимоотношениями с потребителями.

Стратегия CRM маркетинга включает:

- сбор информации о потребителях товаров и услуг компании из разных источников, ее систематизация и накопление в целях формирования портрета и составления моделей поведения потребителей;
- проведение анализа и структурирование информации для принятия решений и достижения стоящих перед бизнесом краткосрочных и стратегических целей;
- группировка (сегментация) потребителей по различным признакам (частота совершения покупок, предпочтения, интересы и др.);
- получение понимания о том, какие предложения и коммуникационные обращения наиболее интересны для каждой группы потребителей, понимание их индивидуальных особенностей и потребностей – персонализация;
- автоматическая (массовая) отправка сообщений потребителям наиболее удобными для них и доступными для компании способами при максимальном стремлении к омниканальности (электронная почта, SMS, мессенджеры, социальные сети, мобильные приложения и др.);
- получение обратной связи от потребителей и внесение корректировок в CRM маркетинг (итерационная подстройка);
- выявление слабо охваченных компанией сегментов, с которыми, например, уже активно работают конкуренты.

Все мероприятия в рамках CRM маркетинга могут быть разделены на две группы.

1. Группа информационных мероприятий - в этом случае речь идет о донесении до потребителей определенной информации. Таким образом компания напоминает о себе и сохраняет эмоциональную связь с потребителями.

2. Группа стимулирующих мероприятий нацелены на увеличение продаж за счет специальных предложений определенным группам потребителей. Например, предоставление дополнительных бонусов постоянным покупателям интернет-магазинов.

Реализация любых активностей в рамках CRM маркетинга требует выполнения последовательности определенных этапов.

1. Сбор базы данных.
2. Постановка целей на неделю, месяц, квартал или год
3. Проведение сегментации клиентской базы с учетом конкретных целей и задач.
4. Выбор каналов коммуникаций и разработка сообщений для каждой группы клиентов.
5. Получение обратной связи от клиентов и оценка эффективности мероприятий.

#### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4**

**Тема практического занятия: 4.1. Мобильный маркетинг**

Форма практического задания: **дискуссии; контрольная работа**

**Темы контрольных работ.**

1. Раскройте понимание мобильного маркетинга, как способ продвижения продуктов или сервисов с помощью мобильных устройств,
2. Определите какие задачи с помощью мобильного маркетинга можно решить на примере вашей компании.
3. Основные инструменты в мобильном маркетинге.
4. Виды мобильного маркетинга.
5. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта.
6. Мобильные приложения позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений:
7. Маркетологи часто используют SMS маркетинг для общения с клиентами и продвижения бренда.
8. Маркетинг в мессенджерах и чатботы.

**Тема практического занятия: 4.2. Электронный маркетинг и система CRM**

Форма практического задания: **дискуссии; контрольная работа.**

**Темы контрольных работ.**

1. Электронная почта – это технология для отправки и получения электронных писем между компьютерами в локальной сети или сети интернет.
2. Электронная почта является лидером деловой коммуникации.
3. С помощью email-маркетинга решаются ключевые задачи для успешного бизнеса:
4. Прямой электронный маркетинг — это метод электронного маркетинга, при котором рассылки рассылаются напрямую потенциальным клиентам.
5. Технология проведения конкурентного анализа компаний, использующих электронный маркетинг в своем бизнесе
6. Понимание цифровой системы CRM.
7. В отличие от CRM систем, являющихся прикладным инструментом отдела продаж.
8. Что включает стратегия CRM маркетинга.
9. Все мероприятия в рамках CRM маркетинга могут быть разделены на две группы.
10. Реализация любых активностей в рамках CRM маркетинга требует выполнения последовательности определенных этапов.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4**  
**форма рубежного контроля – контрольная работа**

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

#### Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (Курс 3, семестр 5)		
Раздел 1.	16	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2.	16	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3.	16	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 4.	16	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	63	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	63	

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1 Понимание и особенности появления цифрового маркетинга

##### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

##### Тема практического занятия: 1.1. Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга

1. Что собой представляет цифровой маркетинг?
2. Чем отличается рынок цифровых маркетинговых коммуникаций от традиционного рынка маркетинговых коммуникаций?
3. Каким образом сегментирование сопрягается с таргетированием?
4. Отменяет ли появление новых форм рыночной экономике наши традиционные представления об основополагающих принципах маркетинга, маркетинговой теории?
5. Что собой представляет маркетинговая онлайн кампания?

##### Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

##### Тема практического занятия: 1.2. Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга

1. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Digital-стратег.
2. Характеристика профессиональных задач стоящих перед профессией Маркетолог-аналитик.
3. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией SEO-специалист.
4. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией SMM-менеджер.
5. Характеристика профессиональных задач, стоящих перед профессией Контент-маркетолог
6. Характеристика теоретической платформы цифрового маркетинга-микс: SEO (поисковая оптимизация) – SMM (социальные сети) - Контент-маркетинг - Реклама (Ads).
7. Обоснование утверждения: SEO имеет прямую связь с оптимизацией сайта.
8. Обоснование утверждения: цифровой маркетинг должен быть там, где есть клиенты. Клиенты почти все сегодня в социальных сетях (SMM).
9. Обоснование утверждения: контент-маркетинг часть цифрового маркетинга. Этот элемент непосредственно связан с другими элементами цифрового продвижения: SEO, SMM, Ads (PR).

## 10. Обоснование утверждения: контент – маркетинг не надо путать с партнерским маркетингом

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

##### **Основная литература**

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 09.05.2023). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст: электронный.
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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.05.2023).

##### **Дополнительна литература.**

3. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 09.05.2023).
4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2 Цифровые факторы маркетинга-микс**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2 Цифровые факторы маркетинга-микс** **Тема практического занятия: 2.1. SEO - поисковая оптимизация сайта**

1. Что собой представляет SEO - оптимизация или поисковая оптимизация?
2. Какова роль ключевых слов в SEO?
3. От чего зависит увеличение посещаемости сайта?
4. В чем смысл бизнеса в работе специалиста по SEO по подбору ключевых слов?
5. Каким должен быть заголовок по сравнению с другими ключевыми словами на странице?
6. Какова роль ссылок в SEO?
7. Какие онлайн-инструменты доступны для аудита и удаления ссылок?
8. Каковы методы получения ссылок?
9. В чем смысл и необходимость SEO – внутренней и внешней оптимизации сайта?
10. Какие направления характерны для внутренней оптимизации сайта?
11. Что означает привести в порядок «хлебные крошки»?
12. Что означает перелинковка страниц сайта?
13. Какие направления характерны для внешней оптимизации сайта?
14. Перечислите коммерческие факторы оптимизации?
15. В чем состоит SEO: технический аудит сайта?
16. Каковы основные факторы технического аудита сайта?
17. Какие вам знакомы автоматизированные сервисы технического аудита сайта?
18. Каковы основные факторы SEO: анализ конкурентов?

##### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2: Цифровые факторы маркетинга-микс** **Тема практического занятия: 2.2. Цифровой маркетинг социальных сетей**

1. SEO - оптимизация или поисковая оптимизация вашей компании.

2. Роль ключевых слов в SEO вашего сайта.
3. Роль ссылок в SEO оптимизации вашего сайта.
4. Онлайн-инструменты доступны для аудита и удаления ссылок вашего сайта.
5. Смысл и необходимость SEO – внутренней и внешней оптимизации сайта.
6. Направления характерные для внутренней оптимизации сайта.
7. Технологии приведения в порядок «хлебные крошки»
8. Направления характерные для внешней оптимизации сайта.
9. SEO: направления технического аудита сайта
10. Автоматизированные сервисы технического аудита сайта.
11. Основные факторы SEO: анализ конкурентов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

#### **Основная литература**

5. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 09.05.2023). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст: электронный.
6. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.05.2023).

#### **Дополнительна литература.**

7. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 09.05.2023).
8. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

#### **Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы**

**Тема практического занятия:** 3.1.

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ 3.1. Стратегия контент – маркетинга.**

Дайте характеристику роли и смысла использования контент-маркетинг

Отличие контент-менеджмента и контент -маркетинга

Специалисты считают самыми перспективными 4 типа контента.

В чем сила и значение видео и прямых трансляций.

В чем сила и значение интерактивного контента

В чем сила и значение вебинаров и онлайн-курсов.

В чем сила и значение микровлиятельных лиц.

Планирование и реализация стратегии контент-маркетинга.

Основные цели контент маркетинга в повышении узнаваемость бренда.

Основные цели контент маркетинга в повышении конверсии.

Основные цели контент маркетинга в повышении приверженности бренду.



Основные цели контент маркетинга в повышении привлечении клиентов.  
Основные цели контент маркетинга в повышении взаимопонимание и доверия.  
Основные цели контент маркетинга в повышении стратегических партнеров.  
Основные цели контент маркетинга в повышении дохода.  
KPI, как показатель количественной оценки измерения фактической производительности.

### **Тема практического занятия: 3.2. Понимание новых медиа.**

1. Медиа в рекламе или медийная реклама — это реклама на веб-сайтах, в приложениях или в социальных сетях с помощью баннеров или других рекламных форматов, состоящих из текста, изображений, flash, видео и аудио.
2. Цифровые (новые) медиа – то, что относится к Интернету, электронным технологиям и контенту.
3. Выделяются 3 типа цифровых носителей.
4. Значение носителей контента как собственных медиа.
5. Значение носителей контента как платных медиа.
6. Значение носителей контента как заработанных медиа.
7. Платформы онлайн-маркетинга принимают три основные медийные форматы рекламы.
8. Характеристика и значение баннерной рекламы.
9. Характеристика и значение контекстной рекламы.
10. Характеристика и значение видеорекламы.
11. Модель системы маркетинговых коммуникаций профессора Д. Шевченко. ATL, BTL, PR/GR, цифровые коммуникации, личные продажи, прямой маркетинг - DM (direct-marketing).

### **Перечень контрольных работ по темам практического занятия Раздел 3.**

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3 Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы форма рубежного контроля – контрольная работа**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

##### **Основная литература**

9. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 09.05.2023). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст: электронный.
10. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.05.2023).

##### **Дополнительна литература.**

11. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 09.05.2023).

12. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

#### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4**

**Тема практического занятия: 4.1. Внутренняя среда организации**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ 4.1. Мобильный маркетинг.**

1. Преимущество стратегии мобильного маркетинга.
2. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: повышение первичных продаж; повышение повторных продаж;
3. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание текущих клиентов; повышение лояльности клиентов; получение обратной связи от клиентов.
4. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание повышение популярности бренда.
5. Основные инструменты в мобильном маркетинге: разработка мобильных сайтов.
6. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильные приложения, дополненная реальность, QR коды.
7. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильная реклама.
8. Основные инструменты в мобильном маркетинге: маркетинг в мессенджерах и чатботы.
9. Основные инструменты в мобильном маркетинге: SMS и MMS рассылки.
10. Основные инструменты в мобильном маркетинге: IVR-порталы для компаний и автозвонилки.
11. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта.
12. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений:
13. SMS и MMS рассылки. Маркетологи часто используют SMS маркетинг для общения с клиентами и продвижения бренда.
14. Маркетинг в мессенджерах и чатботы.

**Тема практического занятия: 4.2. Электронный маркетинг и система CRM.**

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Перечень контрольных работ по темам практического занятия Раздел 4.2.**

**Электронный маркетинг и система CRM.**

1. Электронная почта – это технология для отправки и получения электронных писем между компьютерами в локальной сети или сети интернет, по протоколу SMTP
2. Электронная почта является лидером деловой коммуникации.
3. С помощью email-маркетинга решаются ключевые задачи для бизнеса: повышение лояльности потенциальных покупателей к бренду компании;
4. С помощью email-маркетинга решаются ключевые задачи для бизнеса: удержание и конвертация посетителей, не совершающих действий.
5. ускорение цикла продаж.
6. С помощью email-маркетинга решаются ключевые задачи для бизнеса: увеличение числа заказов сайдинга с монтажом; увеличение числа кросс продаж.
7. Канал прямого общения с пользователем - непревзойденный инструмент, который может принести очень эффективные результаты.
8. Прямой электронный маркетинг — это метод электронного маркетинга, при котором рассылки рассылаются напрямую потенциальным клиентам.
9. Email-кампания работает в форматах использования ретаргетинга, апсейлов (up sale).

10. Технология проведения конкурентного анализа компаний, использующих электронный маркетинг в своем бизнесе требует: сбор контактов, содержание подписных форм, график отправки писем, контентное содержание, типы писем в рассылке.
11. В отличие от CRM систем, являющихся прикладным инструментом отдела продаж, CRM маркетинг позволяет управлять маркетингом.
12. Какие направления включает стратегия CRM маркетинга.
13. Все мероприятия в рамках CRM маркетинга могут быть разделены на две группы.
14. Реализация любых активностей в рамках CRM маркетинга требует выполнения последовательности определенных этапов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4** **форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

#### **Основная литература**

13. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 09.05.2023). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст: электронный.
14. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.05.2023).

#### **Дополнительна литература.**

15. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 09.05.2023).
16. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023).

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине** **(модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

### **Написание реферата (доклада).**

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

### **Выполнение тестовых заданий.**

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

### **Написание эссе.**

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование Интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

### **Требования к оформлению эссе:**

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу

страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен, который проводится в устной / письменной форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов: текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга, обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
-----------------------	---

академическая активность	10
практические задания	40
из них: текущие практические задания	20
итоговое практическое задание	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска, обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае не ликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга, обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
------------------	---

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<b>РАЗДЕЛ -1</b>	ОПК-5;	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понимание и особенности появления цифрового маркетинга</li> <li>2. Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга</li> <li>3. Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга</li> </ol>
		ПК-3	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цифровые факторы маркетинга-микс</li> <li>2. SEO - поисковая оптимизация сайта</li> <li>3. Цифровой маркетинг социальных сетей</li> </ol>
2.	<b>РАЗДЕЛ -2</b>	ОПК-6;	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы</li> <li>2. Стратегия контент - маркетинга</li> <li>3. Понимание новых медиа</li> </ol>
		ПК-3	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инструменты цифрового маркетинга</li> <li>2. Мобильный маркетинг</li> <li>3. Электронный маркетинг и система CRM</li> </ol>
3.	<b>РАЗДЕЛ -3</b>	ПК-3	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Преимущество стратегии мобильного маркетинга.</li> <li>2. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание текущих клиентов; повышение лояльности клиентов; получение обратной связи от клиентов.</li> <li>3. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильная реклама.</li> <li>4. Основные инструменты в мобильном маркетинге: маркетинг в мессенджерах и чатботы.</li> <li>5. Мобильные сайты. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта</li> <li>6. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений</li> </ol>



4	<b>РАЗДЕЛ 4.</b>	ОПК-6;	Контроль ная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта.</li> <li>2. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений:</li> <li>3. SMS и MMS рассылки. Маркетологи часто используют SMS маркетинг для общения с клиентами и продвижения бренда.</li> <li>4. С помощью email-маркетинга решаются ключевые задачи для бизнеса: удержание и конвертация посетителей, не совершающих действий.</li> <li>5. Прямой электронный маркетинг — это метод электронного маркетинга, при котором рассылки рассылаются напрямую потенциальным клиентам.</li> <li>6. Email-кампания работает в форматах использования ретаргетинга, апсейлов (up sale).</li> </ol>
---	------------------	--------	---------------------------	--

#### 4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

##### Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	1. Понимание и особенности появления цифрового маркетинга 2. Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга 3. Разработка и реализация стратегии цифрового маркетинга
ОПК-6	1. Основные стратегии контент – маркетинга и рекламы 2. Стратегия контент - маркетинга 3. Понимание новых медиа
ПК-3	1. Преимущество стратегии мобильного маркетинга. 2. С помощью мобильного маркетинга решаются задачи: удержание текущих клиентов; повышение лояльности клиентов; получение обратной связи от клиентов. 3. Основные инструменты в мобильном маркетинге: мобильная реклама. 4. Основные инструменты в мобильном маркетинге: маркетинг в мессенджерах и чатботы. 5. Мобильные сайты. Мобильный сайт организации позволяет пользователям иметь доступ к контенту, который есть на полной версии сайта 6. Мобильные приложения, которые позволяют компаниям внедрять рекламу в дизайн мобильных приложений

#### РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

##### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

###### 5.1.1. Основная литература

1. Коргова М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530656> (дата обращения: 06.05.2023).
2. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515244> (дата обращения: 06.05.2023).

### 5.1.2. Дополнительная литература

3. Понуждаев Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты): [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 406 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660> (дата обращения: 06.05.2023).

4. Шевченко Д.А. Словарь практического маркетолога: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 592 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686478> (дата обращения: 06.05.2023)..

## 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;

- систематизирует учебный материал;
  - ориентирует в учебном процессе.
- С этой целью:
- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
  - ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
  - внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
  - запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
  - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
  - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает: консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории; самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

## **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

**5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+

4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

#### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (указание формы 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 (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	*		
	*		



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

\_\_\_\_\_ /Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**Направление подготовки**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**

**«Коммуникационный менеджмент  
и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**



**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Поведение потребителей» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда» (далее – ОПОП).

Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителей» разработана рабочей группой в составе: Чардымский М.Г., к.э.н., доц., Гундарин М.В., к.ф.н., доц.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от 28 февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор

А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Поведение потребителей» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методике исследования и управления покупательским поведением с последующим их применением в профессиональной сфере, а также практических умений и навыков в рамках организационно-управленческой деятельности выпускников.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Знать виды потребностей, типы потребителей, модель покупательского поведения.
2. Уметь выявлять основные факторы, влияющие на принятие отребительских решений.
3. Приобрести навыки исследования процесса принятия решения о покупке методом анкетного Интернет-опроса.
4. Уметь разрабатывать практические рекомендации по управлению поведением потребителей.
5. Сформировать представление об особенностях организационного покупательского поведения.

**1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины «Поведение потребителей»направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ПК-3; ПК-5 в соответствии с учебным планом.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о	<b>Знать:</b> Методы выявления запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности <b>Уметь:</b> применять основные

		<p>текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>Продвижение коммуникационно о продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов</p>	<p>ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационно о продукта</p>	<p>ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p> <p>ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационно о продукта</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>осуществлять реализацию коммуникационно о продукта с учетом технологий маркетинговых коммуникаций</p>
<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-5. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>ПК-5.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере маркетинговой коммуникации</p> <p>ПК-5.2. Решает поставленные задачи</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере маркетинговой коммуникации</p>

		<p>при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере маркетинговой коммуникации</p> <p>ПК-5.3. Реализует коммуникационный проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат</p>	<p><b>Уметь:</b></p> <p>участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Поведение потребителей» составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	56	56
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Лабораторные занятия		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа	2	2

<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>34</b>	<b>34</b>
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации		Экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
<b>Семестр 5</b>											
<b>Раздел 1.</b> <b>Основы поведения потребителей. Принятие решения о покупке</b>	30	12	18	6		12					



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
Тема 1.1.  Сущность и модель покупательского поведения. Потребности и потребители	10	4	6	2		4					
Тема 1.2.  Принятие решения о покупке и послепокупочное поведение потребителей	20	8	12	4		8					
Раздел 2.  <b>Факторы, влияющие на поведение потребителей</b>	30	12	18	6		12					
Тема 2.1.	20	8	12	4		8					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
Внешние факторы поведения потребителей										
Тема 2.2. Внутренние факторы поведения потребителей	10	4	6	2		4				
<b>Раздел 3.</b> Исследование покупательского поведения и управление поведением потребителей. Организационно-покупательское поведение	30	10	18	6		12			2	
Тема 3.1. Исследование покупательского поведения и управление	18	6	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иные контактные работы
поведением потребителей										
Тема 3.2. Организационно-покупательское поведение	10	4	6	2		4				
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>18</b>									
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>									
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>56</b>	<b>18</b>		<b>36</b>				<b>2</b>

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

## **РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ**

### **Тема 1.1. Сущность и модель покупательского поведения. Потребности и потребители**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Происхождение и цели изучения дисциплины «Поведение потребителей».

Основные понятия в сфере поведения потребителей.

Классификация потребностей.

Типология потребителей.

Модель покупательского поведения на потребительском рынке.

### **Тема 1.2. Принятие решения о покупке и послепокупочное поведение потребителей**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Типы покупок.

Процесс принятия решения о покупке.

Принятие решения о покупке нового товара.

Послепокупочное поведение потребителей.

#### **Задания к практическим занятиям раздела 1.**

**Тема практического занятия 1.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 1.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 2. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **Тема 2.1. Внешние факторы поведения потребителей**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Понятие и классификация внешних факторов поведения потребителей.

Социальная стратификация.

Группы и групповые коммуникации.

Семья и домохозяйство.

### **Тема 2.2. Внутренние факторы поведения потребителей**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Понятие и состав внутренних факторов поведения потребителей.

Восприятие, обучение и память потребителей.

Мотивация потребителей.

Персональные ценности потребителей.

Жизненный стиль потребителей.

Потребительские ресурсы.

Потребительское знание.

Отношение потребителей к товарам и товарным маркам.

## **Задания к практическим занятиям раздела 2.**

**Тема практического занятия 2.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 2.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

## **Рубежный контроль к разделу 2.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 3. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

### **Тема 3.1. Исследование покупательского поведения и управление поведением потребителей**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Методы исследования покупательского поведения.

Сущность управления поведением потребителей.

Управление поведением потребителей на основе теорий мотивации.

Управление поведением потребителей на основе теорий личности.

Ситуационное влияние при принятии потребительских решений.

## **Тема 3.2. Организационное покупательское поведение**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Организации как потребители товаров и услуг.

Типы и особенности деловых рынков.

Модель покупательского поведения на деловом рынке.

Процесс принятия решения о покупке в организации.

Факторы, влияющие на поведение организационных покупателей.

### **Задания к практическим занятиям раздела 3.**

**Тема практического занятия 3.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 3.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

### **Рубежный контроль к разделу 3.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Очная форма обучения**

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Семестр 5</b>		
Раздел 1. Основы поведения потребителей. Принятие решения о покупке	12	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей	12	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 3. Исследование покупательского поведения и управление поведением потребителей. Организационно-покупательское поведение	10	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	34	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	34	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

**Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.**

**Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**



1. Возникновение и развитие научной дисциплины «поведение потребителей».
2. Нобелевские лауреаты в области изучения поведения потребителей.
3. Типы покупателей на потребительском и деловом рынках.
4. Модель покупательского поведения на потребительском рынке, взаимосвязь ее элементов.
5. «Черный ящик» сознания потребителя.
6. Типы покупок в розничной торговле.
7. Процесс принятия решения о покупке.
8. Особенности принятия решения о покупке нового товара.
9. Оценка удовлетворенности потребителей покупками.

### **Тема(вид задания) к Разделу 1:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1:**

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие. 5-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 310 с.: ил., табл. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684486>.
2. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебник. 5-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 280 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324>.
3. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

1. Классификация внешних факторов поведения потребителей.
2. Социально-классовая структура российского общества.
3. Типы влияния референтных групп.
4. **Структура семей в США и странах Евросоюза.**
5. Структура семей в России.
6. Жизненный цикл домохозяйства.
7. Принятие потребительских решений в семьях (домохозяйствах).
8. Состав внутренних факторов поведения потребителей.
9. Процесс восприятия и обработки информации.
10. Потребительские мотивы.
11. Типы персональных ценностей потребителей.
12. Жизненный стиль потребителей и его составные элементы.
13. Измерение потребительского знания.
14. Оценка отношения потребителей к товарам и товарным маркам.

### **Тема(вид задания) к Разделу 2:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2:**

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие. 5-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 310 с.: ил., табл. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684486>.
2. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебник. 5-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 280 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324>.
3. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**

1. Процесс и методы исследования покупательского поведения.
2. Роль теорий мотивации в управлении поведением потребителей.
3. Роль теорий личности в управлении поведением потребителей.
4. Ситуации и ситуационные факторы при принятии потребительских решений.
5. Различия потребительского и делового рынков.
6. Модель покупательского поведения на деловом рынке, взаимосвязь ее элементов.
7. Процесс принятия решения о покупке в организации.
8. Классификация факторов, влияющих на поведение организационных покупателей.
9. Организационный жизненный стиль.

#### **Тема(вид задания) к Разделу 3:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3:**

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие. 5-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 310 с.: ил., табл. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684486>.
2. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебник. 5-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 280 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324>.
3. Депутатова Е.Ю., Зверева А.О., Ильяшенко С.Б. Изучение покупательского поведения в розничной торговле: теория и практика: Учебное пособие Москва: Дашков и К°, 2022. 170 с.: схем., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696994>.
4. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение обучающимися основной профессиональной образовательной программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины(модуля) и достижения поставленной цели необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой данной дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа по дисциплине «Поведение потребителей» предполагает более глубокое изучение вопросов, входящих в учебно-тематический план, освоение дополнительных вопросов по тематике дисциплины и выполнение заданий рубежного контроля вне аудиторных занятий. Задания рубежного контроля представляют собой практические задания различных форм: исследовательская работа, творческое задание, организационно-управленческая работа, проект и др.

Варианты рубежного контроля (при их наличии) и срок выполнения назначаются преподавателем. Ответ к заданию рубежного контроля печатается на компьютере или мобильном устройстве и размещается в электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Задание рубежного контроля предоставляется на проверку в файле формата doc или docx.

Титульный лист оформляется по образцу. Ответ к заданию начинается на странице 2.

В зависимости от вида задания ответ формулируется деловым или научным языком, избегая грамматических и стилистических ошибок, а также сокращений. Допускаются только общепринятые сокращения единиц измерения, валют и т.п.

Основной тип шрифта в тексте ответа - TimesNewRoman, размер шрифта - 14 пунктов, междустрочный интервал - полуторный. В таблицах используется тот же тип шрифта размером 10 - 12 пунктов, междустрочный интервал - одинарный.

Текст ответа выравнивается по ширине. Заголовки выравниваются по центру и выделяются полужирным шрифтом.

Поля по краям страницы: сверху - 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа - 1,5 см. Номера страниц ставятся, начиная с стр. 2 в нижнем колонтитуле по правому краю. Титульный лист считается первой страницей документа. Номер на нем не ставится.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Поведение потребителей» является экзамен, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
------------------------------	--

академическая активность	10
практические задания	40
из них: текущие практические задания	20
итоговое практическое задание	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован







4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	Раздел 1. <b>Основы поведения потребителей. Принятие решения о покупке</b>	ОПК-4		
2.	Раздел 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей	ПК-3		
3.	Раздел 3. <b>Исследование покупательского поведения и управление поведением потребителей</b>	ПК-5		

	<b>елей. Организа ционноеп окупател ьскоепов едение</b>			
--	---	--	--	--

#### 4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

##### Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Код контролируемой компетенции	Вопросы /задания
ОПК-4	Сущность и модель покупательского поведения. Потребности и потребители. Принятие решения о покупке и послепокупочное поведение потребителей.
ПК-3	Внешние факторы поведения потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей.
ПК-5	Исследование покупательского поведения и управление поведением потребителей. Организационное покупательское поведение.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

#### 5.1.1. Основная литература

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие. 5-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 310 с.: ил., табл. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684486>.

2. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебник. 5-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 280 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Депутатова Е.Ю., Зверева А.О., Ильяшенко С.Б. Изучение покупательского поведения в розничной торговле: теория и практика: Учебное пособие Москва: Дашков и К°, 2022. 170 с.: схем., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696994>.

2. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2022. 342 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509197>.

## 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

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	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> 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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 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.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

## 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины «Поведение потребителей» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинарских и практических занятий.

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 студент 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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

## **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. персональные компьютеры;
2. средства доступа в Интернет;
3. проектор.

### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. операционная система Astra Linux SE;
2. пакет офисных программ LibreOffice;
3. справочная система Консультант+;
4. Okular или Acrobat Reader DC;
5. Ark или 7-zip;
6. UserGate;
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, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная пп атформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библио тека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины 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 «*Поведение потребителей*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, рассмотрение конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины предусмотрено применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках данной дисциплины предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направлением подготовки реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 февраля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КОММУНИКАЦИОННОГО  
АГЕНТСТВА И КОРПОРАТИВНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ПО  
КОММУНИКАЦИЯМ**

**Направление подготовки**  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность**  
«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
**ОЧНАЯ**

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ


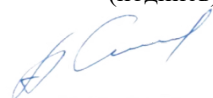
<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля). . . . .	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27
5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b> .....	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Организация работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Маркетинговые коммуникации), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»)


Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Организация работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**» разработана рабочей группой в составе: Щетинина Н.Н. к.п.н., доц., Полунина О.С., к.и.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
 Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой Д.э.н., профессор		Д.А. Шевченко
	(подпись)	

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей		
ЗАО «Аргументы и факты» Директор по региональной рекламе		Н.Н. Терещенко
	(подпись)	
ORTA CommunicationsGroup Генеральный директор		А.В. Сафронов
	(подпись)	

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор Дипломатическая Академия МИД РФ		Е.Н. Пашенцев
	(подпись)	

## 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

**Целью** освоения дисциплины (модуля) «**Организация работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**» является формирование у студентов представления о практических аспектах управления маркетинговым агентством или соответствующими подразделениями внутри компании; о технологиях планирования и реализации проектов и построения отношений внутри корпоративных структур и с внешними партнерами.

**Задачи дисциплины (модуля) «Организация работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям»:**

- представить типологию маркетинговых агентств и тенденции развития этого рынка;
- изучить особенности профессиональной и организационной структуры маркетинговых агентств и отделов маркетинга;
- научиться готовить документы и презентовать проекты, взаимодействовать с разными типами клиентов и партнеров;
- получить навыки продвижения деятельности маркетинговых агентств и отделов маркетинга;
- изучить правовую основу деятельности маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

## 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1; ОПК-1, ПК-3 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи; УК-1.2. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия на основе синтеза и критического анализа информации; УК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	Знать: методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач Уметь: организовывать и руководить процессом поиска, критического анализа и синтеза информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	ОПК-1 Способен создавать востребованные	ОПК -1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных

	обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностям и иных знаковых систем	коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ  ОПК – 1.2 Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	медиасегментов и платформ  Уметь: осуществлять подготовку журналистских текстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов  Уметь: реализовывать коммуникационный продукт, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.

#### очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3
		Семестр 6
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	
Лекционные занятия		18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	45	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45

<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
Форма промежуточной аттестации	зачет	
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	

## 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 <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме</i>	Консультации / Иная образовательная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
<b>Модуль (Курс 3 Семестр 6)</b>										
<b>РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И КОРПОРАТИВНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО КОММУНИКАЦИЯМ КАК СУБЪЕКТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	54	27		9		18				
Тема 1.1. Типология, виды деятельности и организационная структура коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	18	9		3		6				
Тема 1.2. Содержание работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по	18	9		3		6				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме игровой подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме</i>	<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
коммуникациям										
Тема 1.3. Управление проектами в коммуникационном агентстве и корпоративном подразделении по коммуникациям	18	9		3		6				
<b>РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И КОРПОРАТИВНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО КОММУНИКАЦИЯМ – СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА</b>	45	18		9		18				
Тема 2.1. Виды маркетинговой коммуникации в деятельности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	15	6		3		6				
Тема 2.2. Виды коммуникационных продуктов коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям	15	6		3		6				
Тема 2.3. Методы	15	6		3		6				



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме игровой подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
повышения эффективности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям										
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>									
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>45</b>		<b>18</b>		<b>36</b>				

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И КОРПОРАТИВНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО КОММУНИКАЦИЯМ КАК СУБЪЕКТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

##### Тема 1.1. Типология, виды деятельности и организационная структура коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям

###### *Перечень изучаемых элементов содержания:*

Тренды рынка маркетинговых услуг. Маркетинговые услуги как отрасль экономики. Карта российского рынка маркетинговых услуг, ведущие представители. Типы агентств. Структура, функционал отделов. Требования к специалистам, профессиональные стандарты и профессиональные организации. Анализ работы агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности. Юридические аспекты работы маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

Роль рекламного отдела маркетинга. Варианты структуры отдела маркетинга в зависимости от бизнес-задач компании, бренда, отрасли, структуры организации, типа коммуникационных активностей. Взаимодействие со смежными подразделениями. Типичные роли и позиции внутри отдела маркетинга. Типичные бизнес-задачи отдела маркетинга.

## **Тема 1.2. Содержание работы коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Основные этапы работы на проектах маркетингового агентства и отдела маркетинга, последовательность, особенности на кейсах интегрированных кампаний. Бизнес-планирование агентства. Анализ работы агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги). Выстраивание работы с клиентами, типы клиентов и искусство ведения переговоров. Документирование работы маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

## **Тема 1.3. Управление проектами в коммуникационном агентстве и корпоративном подразделении по коммуникациям**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Типы проектов, принципы формирования команды, планирование времени на реализацию (почасовое планирование), составление таймингов. Ценообразование услуг агентства. Принципы формирования стоимости услуг: формы, существующие на рынке, тренды, особенности. Формулы для расчета стоимости. Пути экономии бюджетов, применение ко-промоушн, вирусного маркетинга, создание собственной системы нью-медиа.

## **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Анализ работы коммуникационного агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.
2. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности, позиционирование.
3. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта(ов), человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги).
4. Типы проектов, принципы формирования команды, планирование времени на

реализацию (почасовое планирование), составление таймингов.

5. Типы рекламных кампаний и методики оценки эффективности в зависимости от задач.

6. Стандартные инструменты измерения здоровья бренда

7. Проектирование структуры отдела маркетинга в зависимости от задач и структуры бизнеса. Определение ролей сотрудников, иерархия, набор компетенций.

8. Типы рекламных/коммуникационных агентств

9. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентства, форматы клиентского взаимодействия.

10. Оценка эффективности работы коммуникационного агентства (со стороны клиентов, со стороны акционеров).

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма рубежного контроля обучающихся: контрольная работа (подготовка и проведение исследования ситуации на рынке маркетинговых агентств, SWOT-анализ)**

### **Структура плана исследования:**

#### *1. Формулирование цели:*

- анализ ситуации, в которой появляется необходимость исследования деятельности агентства (идея исследования);

- выдвижение гипотез; перевод проблемы в задачу (серию задач).

#### *2. Разработка:*

- подбор метода исследования, обоснование

- планирование этапов выполнения проекта;

- определение ресурсов, необходимых для выполнения проекта.

#### *3. Подведение итогов и выработка рекомендаций*

- оценка влияния предполагаемых результатов исследования на повышение эффективности работы в маркетинговом агентстве.

- определение необходимых ресурсов.

## **РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И КОРПОРАТИВНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО КОММУНИКАЦИЯМ – СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА**

**Тема 2.1. Виды маркетинговой коммуникации в деятельности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания:***

Услуги агентства клиентам или виды деятельности отдела маркетинга –брендинг, директ-маркетинг, реклама, связи с общественностью, паблисити, стимулирование сбыта, программа лояльности, личные продажи, специальные события, спонсорство, личный бренд.

Возможности получения синергетического эффекта при использовании комплекса нескольких видов коммуникации. Понятие об интегрированных коммуникациях. Создание тон оф войз – виды, этапы.

## **Тема 2.2. Виды коммуникационных продуктов коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**

### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Виды рекламных сообщений, виды мероприятий и контента связей с общественностью, виды директ-мейлов, виды специальных мероприятий, виды элементов брендинга, виды персональных имиджей личных брендов. Работа с контентом в собственных нью медиа клиентов агентства или компании – семантическое ядро, система жанров нью-медиа, принципы создания контента нью-медиа, дистрибуция контента. Правила «вечнозеленого контента», «переупаковки контента» для создания органического траффика. Принципы создания вирального контента – ньюз-джекинг, инфлюэнсеры и др.

## **Тема 2.3. Методы повышения эффективности коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям**

### *Перечень изучаемых элементов содержания:*

Современные платформы для коммуникации представителей отрасли – PRESSFEED, PREX, DEADLINEMEDIAи др. Современные сервисы аналитики и исследований, используемые маркетинговыми агентствами и отделами маркетинга – МЕДИАЛОГИЯ, ИНТЕГРУМ, BRANDANALYTICS. Сервисы для улучшения качества контента в интернете – индекс Медиатор, показатель vivability, ERI др. Интерактивная природа современных коммуникаций и использование пользовательского контента. Проблема снижения качества контента – грамотности, достоверности. Этические и юридические вопросы использования ИИ для создания контента коммуникационного агентства и корпоративного подразделения по коммуникациям.

## **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ2**

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Специфика таких видов маркетинговой активности, как брендинг, директ-маркетинг, реклама, связи с общественностью, паблисити, стимулирование сбыта, программа лояльности, личные продажи, специальные события, спонсорство, личный бренд.

2. Феномен тон оф войз в современной коммуникационной практике.
3. Вирусный контент как инструмент коммуникационной кампании
4. Оценка вовлеченности аудитории коммуникационной кампании – например, формула ER и др.
5. Ньюз-джекинг в современной коммуникационной кампании
6. «Вечнозеленый» контент и его жанровые разновидности, виды контента коммуникационных кампаний
7. Интеграция связей с общественностью, рекламы, диджитал-продвижения, прямых продаж в рамках коммуникационной кампании
8. Контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа
9. Способы дистрибьюции контента в рамках комплексной коммуникационной кампании.
10. Новая система жанров нью-медиа, особенности заголовочного комплекса, иллюстративной части, структуры текстов.
11. Визуализация как преимущество контента в рамках современной коммуникационной кампании
12. Привлечение инфлюенсеров и лидеров мнений. Работа с персонификаций коммуникационной кампании.
13. Сторителлинг как новый мета-жанр коммуникационных кампаний.
14. Виды программ и сервисов для повышения эффективности и качества контента.
15. Вопросы внедрения ИИ в процесс работы маркетинговых агентств и отделов маркетинга.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма рубежного контроля обучающихся: контрольная работа (разработка и создание нью-медиа)**

### **Структура работы:**

#### *1. Определение цели и тематики:*

- анализ целевой аудитории и конкурентного окружения;
- выбор платформы для нью-медиа

#### *2. Разработка:*

- выбор тематической стратегии, тон оф войз;
- создание семантического ядра;
- создание контент-плана.

#### *3. Реализация*

- создание и размещение контента.
- дистрибуция контента и продвижение.
- оперативный сбор аналитики.

### **РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

#### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

##### *очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И КОРПОРАТИВНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО КОММУНИКАЦИЯМ КАК СУБЪЕКТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	27	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И КОРПОРАТИВНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО КОММУНИКАЦИЯМ – СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА</b>	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

#### **3.2. Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

1. Современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах;
2. Законодательное и саморегулирование деятельности в сфере маркетинга;
3. Организационные формы и структуры маркетинговых агентств;
4. Принципы управления персоналом организации;

5. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности;
6. Виды деятельности маркетингового агентства;
7. Виды коммуникационных кампаний;
8. Формирование команды проектов, планирование трудозатрат;
9. Оценка бюджетов и прибыли проектов;
10. Виды переговоров, стратегия «пять шагов, вин-вин и др.

## Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

### Основная литература

1. *Вирен, Г. В.* Информационные агентства : учебник и практикум для вузов / Г. В. Вирен, В. А. Полынов, Т. И. Фролова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15536-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512577> (дата обращения: 29.04.2023).
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, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978> (дата обращения: 29.04.2023).
3. *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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 29.04.2023).
4. *Тюрин, Д. В.* Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803> (дата обращения: 29.04.2023).

### Дополнительная литература

1. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).
2. *Жернакова, М. Б.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531364> (дата обращения: 29.04.2023).
3. *Зельдович, Б. З.* Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357> (дата обращения: 29.04.2023).
4. *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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

5. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792> (дата обращения: 29.04.2023).
6. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>
7. *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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>
8. *Семенова, Л. М.* Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753> (дата обращения: 29.04.2023).
9. *Фадеева, Е. Н.* Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519425> (дата обращения: 29.04.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Программное обеспечение исследований аудитории в медиасфере
2. Программное обеспечение исследований контента медиа (Интегрум, Медиалогия и др.)
3. Искусственный интеллект и перспективы его использования для работы агентств и отделов маркетинга.
4. Современные нью-медиа – трансформация профессиональной, жанровой и этико-юридической сторон коммуникации. Правила оформления деятельности.
5. Вопросы сокращения бюджетов на продвижение с использованием различных инструментов в социальных сетях
6. Пользовательский контент, как часть контента маркетингового агентства и отдела маркетинга, аудитория как соавтор.
7. Выбор платформы в социальных сетях для работы с профильной аудиторией, виды исследований в социальных сетях.
8. Правила дистрибуции контента в интернете, работа с семантическим ядром, увеличение органического трафика.
9. Приемы вовлечения пользователей в социальных сетях, лид-магниты и т.д.
10. Правила написания текстов, заголовочного комплекса и вёрстки контента в социальных сетях.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

1. *Вирен, Г. В.* Информационные агентства : учебник и практикум для вузов / Г. В. Вирен, В. А. Польшов, Т. И. Фролова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15536-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512577> (дата обращения: 29.04.2023).



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, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978> (дата обращения: 29.04.2023).
3. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 29.04.2023).
4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803> (дата обращения: 29.04.2023).

### Дополнительная литература

1. Городнова, А. А. Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200> (дата обращения: 06.09.2022).
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531364> (дата обращения: 29.04.2023).
3. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357> (дата обращения: 29.04.2023).
4. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>
5. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792> (дата обращения: 29.04.2023).
6. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>
7. 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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>
8. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753> (дата обращения: 29.04.2023).

9. *Фадеева, Е. Н.* Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519425> (дата обращения: 29.04.2023).

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### ***Требования к структуре реферата (доклада):***

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «TimesNewRoman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет который проводится в устной форме.

### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10

практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
-------------------------	--

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<b>РАЗДЕЛ 1. «МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО ИЛИ ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА - СУБЪЕКТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»</b>	УК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие маркетингового агентства и его основные функции</li> <li>2. Функции отдела маркетинга и его отношения с другими подразделениями</li> <li>3. Структура маркетингового агентства и внутреннее взаимодействие подразделений</li> <li>4. Основы проектного менеджмента и клиентинга в коммуникационном агентстве</li> <li>5. Антикризисное управление в коммуникационном агентстве</li> </ol>
		ОПК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инновационная и изобретательская деятельность в коммуникационном агентстве</li> <li>2. Принципы ценообразования на услуги коммуникационного агентства</li> <li>3. Кадровый менеджмент в коммуникационном агентстве: технологии поиска, селекции и развития сотрудников.</li> <li>4. Управленческая структура коммуникационного агентства</li> <li>5. Консалтинг и исследования в деятельности агентства</li> </ol>
		ПК-3	Контрольная	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль аналитических сервисов в бизнесе современного коммуникационного агентства.</li> <li>2. Внутренний и внешний подходы к организации сервисов digital-</li> </ol>

			работа	<p>коммуникации, издательских и дизайнерских сервисов в коммуникационном агентстве.</p> <p>3. Нетворкинг как технология развития бизнеса коммуникационного агентства: основные модели и платформы.</p> <p>4. Питч как технология и как искусство. Инновационные технологии питчинга.</p> <p>5. Использование данных исследований для планирования и развития деятельности маркетингового агентства и отдела маркетинга.</p>
2.	<b>РАЗДЕЛ 2. «МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО ИЛИ ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА – СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА »</b>	УК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды контента в маркетинговых коммуникациях</li> <li>2. Маркетинговая стратегия в digital среде, преимущества</li> <li>3. Нью-медиа на собственном домене или на платформе социальных сетей или мессенджеров</li> <li>4. Виды нью медиа</li> <li>5. Особенности взаимодействия с аудиторией нью медиа</li> </ol>
		ОПК-1	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Принципы создания контекстных стратегий</li> <li>2. Каналы привлечения трафика, органический трафик, рекламный трафик</li> <li>3. Рекламные интеграции, инфлюенсеры.</li> <li>4. Системы аналитики, автоматизированные платформы.</li> <li>5. Дистрибуция контента</li> </ol>
		ПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Контент стратегия, семантическое ядро.</li> <li>2. Вирусный контент, работа с инфлюенсерами.</li> <li>3. Интерактивный контент, работа с аудиторией, соавторство.</li> <li>4. Жанровая система, структура контента, правила написания.</li> <li>5. Применение ИИ для создания контента маркетингового агентства или отдела маркетинга</li> </ol>





#### 4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

##### Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
УК-1	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Понятие маркетингового агентства и его основные функции</li><li>2. Функции отдела маркетинга и его отношения с другими подразделениями</li><li>3. Структура маркетингового агентства и внутреннее взаимодействие подразделений</li><li>4. Основы проектного менеджмента и клиентинга в коммуникационном агентстве</li><li>5. Антикризисное управление в коммуникационном агентстве</li></ol>
ОПК-1	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Инновационная и изобретательская деятельность в коммуникационном агентстве</li><li>2. Принципы ценообразования на услуги коммуникационного агентства</li><li>3. Кадровый менеджмент в коммуникационном агентстве: технологии поиска, селекции и развития сотрудников.</li><li>4. Управленческая структура коммуникационного агентства</li><li>5. Консалтинг и исследования в деятельности агентства</li></ol>
ПК-3	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Роль аналитических сервисов в бизнесе современного коммуникационного агентства.</li><li>2. Внутренний и внешний подходы к организации сервисов digital-коммуникации, издательских и дизайнерских сервисов в коммуникационном агентстве.</li><li>3. Нетворкинг как технология развития бизнеса коммуникационного агентства: основные модели и платформы.</li><li>4. Питч как технология и как искусство. Инновационные технологии питчинга.</li><li>5. Использование данных исследований для планирования и развития деятельности маркетингового агентства и отдела маркетинга.</li></ol>

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

#### Основная литература

1. *Вирен, Г. В.* Информационные агентства : учебник и практикум для вузов / Г. В. Вирен, В. А. Полюнов, Т. И. Фролова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15536-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512577>
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, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>
3. *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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
4. *Тюрин, Д. В.* Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

### Дополнительная литература

1. *Городнова, А. А.* Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490200>
2. *Жернакова, М. Б.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531364>
3. *Зельдович, Б. З.* Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>
4. *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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>
5. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>
6. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940>
7. *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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449>
8. *Семенова, Л. М.* Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753>.

9. *Фадеева, Е. Н.* Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519425>.

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

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.

## 5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

### 5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

### 5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: AstraLinux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

### 5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

"Grebennikon"	домом "Гребенников".	
---------------	----------------------	--

### **5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного и 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 дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### **ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ**


№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

 /Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ**

**Направление подготовки**  
*«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»*

**Направленность**  
*«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
*Очная*

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27



5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27
5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Правовые аспекты 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Правовые аспекты коммуникации**» разработана рабочей группой в составе: Кидинов А.В. д.п.н., доц., Полунина О.С., к.и.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалитетрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

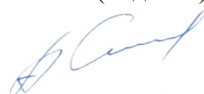


Н.Н. Терещенко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

ORTA Communications Group

Генеральный директор



А.В. Сафронов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о правовом регулировании отношений в сфере медиа, специфике правоприменительной практики в указанной сфере с последующим применением в профессиональной сфере, и формирование практических навыков по решению профессиональных задач в области коммуникационной деятельности, в частности по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечению внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление студентов с основными источниками правового регулирования отношений в сфере медиа, юридическим понятийным аппаратом в указанной области;
2. Формирование навыков работы с законодательными актами, толкования правовых норм, юридической оценки ситуаций, возникающих в профессиональной деятельности;
3. Изучение правоприменительной практики в сфере медиа;
4. Определение основных проблем и перспектив развития законодательства в медиа сфере.

**1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-10; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Гражданская позиция	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10. 1. Квалифицирует поведение различных субъектов как коррупционное УК-10.1. Выражает нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<b>Знать:</b> методы формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению <b>Уметь:</b> формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные	<b>Знать:</b> тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в

	государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах <b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
	ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) коммуникационном продукте маркетингового типа  ПК-2.2. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) коммуникационного продукта маркетингового типа	<b>Знать:</b> Правовые особенности авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>Уметь:</b> учитывать правовые особенности авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Знает основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов  ПК-3.2. Обладает навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	<b>Знать:</b> Правовые методы применения основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта <b>Уметь:</b> реализовывать правовые методы основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-4 Способен строить свою профессиона	ПК-4.1. Понимает суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в	<b>Знать:</b> Правовые аспекты профессиональной деятельности на основе

	льную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	маркетинговой сфере ПК-4.2. Осуществляет реализацию коммуникационного продукта в маркетинговой сфере с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности <b>Уметь:</b> учитывать правовые аспекты профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--	---	--	---

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 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	из них: в форме мультимедийной	Практические	из них: в форме	Лабораторные	из них: в форме	Консультации / иные формы	из них: в форме мультимедийной
<b>Модуль 1 (семестрб )</b>											
<b>Раздел 1. Основы законодательства в сфере массовой коммуникации</b>	33	15	18	6		12					
Тема 1.1. Понятие, предмет и метод массово-информационного права	17	8	9	3		6					
Тема 1.2. Источники правового регулирования деятельности СМИ	16	7	9	3		6					
<b>Раздел 2. Правовое регулирование получения и распространения информации</b>	33	15	18	6		12					
Тема 2.1. Правовой статус журналиста	17	8	9	3		6					
Тема 2.2. Правовые режимы информации	16	7	9	3		6					
<b>Раздел 3. Основы правового регулирования интеллектуальной собственности</b>	33	15	18	6		12					
Тема 3.1. Понятие и виды интеллектуальных прав. Объекты авторского права.	17	8	9	3		6					
Тема 3.2. Правовой режим исключительных прав	16	7	9	3		6					
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>18</b>		<b>36</b>					

## 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

### РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Понятие, предмет и метод медиа права. Источники правового регулирования деятельности СМИ. Конституционные и международные основы свободы массовой информации. Понятие, форма выпуска СМИ. Регистрация, перерегистрация СМИ. Правоотношения учредителя СМИ и редакции. Устав редакции. Особенности взаимоотношений редакции СМИ, издателя, распространителя продукции СМИ.

#### **Тема 1.1. Понятие, предмет и метод массово-информационного права**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Понятие, предмет и метод медиа права. Источники правового регулирования деятельности СМИ. Конституционные и международные основы свободы массовой информации. Понятие, форма выпуска СМИ.

#### **Тема 1.2. Источники правового регулирования деятельности СМИ.**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Регистрация, перерегистрация СМИ. Правоотношения учредителя СМИ и редакции. Устав редакции. Особенности взаимоотношений редакции СМИ, издателя, распространителя продукции СМИ.

### ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

**Тема практического занятия:** *Понятие, предмет и метод массово-информационного права*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ**

1. История правового регулирования деятельности СМИ
2. Злоупотребление свободой массовой информации.
3. Понятие цензуры. Отграничение цензуры от смежных категорий.

**Тема практического занятия:** *Источники правового регулирования деятельности СМИ.*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ**

1. Название СМИ и товарный знак: проблемы правовой охраны
2. Ограничение участия иностранных физических и юридических лиц в создании СМИ в России.
3. Правовое регулирование регистрации и деятельности СМИ за рубежом.

### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

### РАЗДЕЛ 2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОЛУЧЕНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ.

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Особенности правового статуса журналиста, его права и обязанности. Аккредитация журналистов. Этические требования к деятельности журналиста. Понятие информации, виды правовых режимов информации. Режим свободного доступа к информации. Режим ограниченного доступа к информации. Порядок получения редакцией СМИ информации. Обеспечение конфиденциальности информации. Выход в свет СМИ. Лицензирование теле-радиовещания

#### **Тема 2.1. Правовой статус журналиста**

#### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Особенности правового статуса журналиста, его права и обязанности. Аккредитация журналистов. Этические требования к деятельности журналиста. Понятие информации, виды правовых режимов информации.

#### **Тема 2.2. Правовые режимы информации**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Режим свободного доступа к информации. Режим ограниченного доступа к информации. Порядок получения редакцией СМИ информации. Обеспечение конфиденциальности информации. Выход в свет СМИ. Лицензирование теле- радиовещания

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Тема практического занятия:***Правовой статус журналиста*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ**

1. Порядок освещения деятельности государственных органов государственными СМИ
2. Ограничение распространения информации, причиняющей вред здоровью и нравственному развитию детей
3. Общероссийские обязательные общедоступные теле- и радиоканалы

**Тема практического занятия:***Правовые режимы информации*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ**

1. Порядок освещения журналистами судебных процессов
2. Правовое регулирование деятельности СМИ во время избирательной кампании
3. Режим коммерческой тайны.
4. Виды профессиональной тайны.
5. Режим государственной тайны

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

## **РАЗДЕЛ 3. ОСНОВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Понятие, виды объектов авторского права. Критерии охраноспособности объекта. Личные неимущественные и имущественные права автора. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности. Распоряжение исключительными правами. Договоры об уступке исключительных прав. Лицензионные договоры. Защиты интеллектуальных прав.

**Тема 3.1. Понятие и виды интеллектуальных прав. Объекты авторского права.**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Понятие, виды объектов авторского права. Критерии охраноспособности объекта. Личные неимущественные и имущественные права автора. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности.

**Тема 3.2. Правовой режим исключительных прав.**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Распоряжение исключительными правами. Договоры об уступке исключительных прав. Лицензионные договоры. Защиты интеллектуальных прав.

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия:***Понятие и виды интеллектуальных прав. Объекты авторского права*

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

### **Темы контрольных работ**

1. Объекты интеллектуальной собственности.
2. Договоры о распоряжении исключительными правами.
3. Ответственность за нарушение авторских прав.

**Тема практического занятия:***Правовой режим исключительных прав.*



**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Личные неимущественные права автора.
2. Производные, составные произведения.
3. Права на служебные произведения.
4. Авторские договоры.
5. Понятие и виды смежных прав.
6. Коллективное управление исключительными правами.
7. Защита авторских прав.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – контрольная работа**

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 6)</b>		
Раздел 1. Основы законодательства в сфере массовой коммуникации	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Правовое регулирование получения и распространения информации	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Основы правового регулирования интеллектуальной собственности	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

**3.2. Задания для самостоятельной работы**

**Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

**Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

1. Объекты рекламирования
2. Правовой статус субъектов рекламных отношений (производителя рекламы, рекламодателя и рекламораспространителя).
3. Правовое регулирование productplacement

**Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

1. Саморегулируемые рекламные организации
2. Полномочия антимонопольного органа в сфере рекламы
3. Ответственность при нарушении рекламного законодательства.

**Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

## Основная литература

1. Информационное право : учебник для вузов / Н. Н. Ковалева [и др.] ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13786-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519753> (дата обращения: 02.05.2023).

2. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 868 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16021-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/530260> (дата обращения: 02.05.2023).

## Дополнительная литература

3. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510644> (дата обращения: 02.05.2023).

4. Информационное право. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева, Н. А. Жирнова, Ю. М. Тугушева, Е. В. Холодная ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12442-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518914> (дата обращения: 02.05.2023).

5. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для вузов / И. Л. Бачило. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00608-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510460> (дата обращения: 02.05.2023).

## Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Объекты интеллектуальной собственности.
2. Договоры о распоряжении исключительными правами.
3. Ответственность за нарушение авторских прав.

### Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Личные неимущественные права автора.
2. Производные, составные произведения.
3. Права на служебные произведения.
4. Авторские договоры.
5. Понятие и виды смежных прав.
6. Коллективное управление исключительными правами.
7. Защита авторских прав.

### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

## Основная литература

1. Информационное право : учебник для вузов / Н. Н. Ковалева [и др.] ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13786-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519753> (дата обращения: 02.05.2023).

2. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. —

868 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16021-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/530260> (дата обращения: 02.05.2023).

#### **Дополнительная литература**

3. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/510644> (дата обращения: 02.05.2023).

4. Информационное право. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева, Н. А. Жирнова, Ю. М. Тугушева, Е. В. Холодная ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12442-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/518914> (дата обращения: 02.05.2023).

5. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для вузов / И. Л. Бачило. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00608-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/510460> (дата обращения: 02.05.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

1. Понятие, виды объектов авторского права.
2. Критерии охраноспособности объекта.
3. Личные неимущественные и имущественные права автора.
4. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности.

### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

1. Распоряжение исключительными правами.
2. Договоры об уступке исключительных прав.
3. Лицензионные договоры.
4. Защиты интеллектуальных прав.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

#### **Основная литература**

1. Информационное право : учебник для вузов / Н. Н. Ковалева [и др.] ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13786-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/519753> (дата обращения: 02.05.2023).

2. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 868 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16021-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/530260> (дата обращения: 02.05.2023).

#### **Дополнительная литература**

3. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/510644> (дата обращения: 02.05.2023).

4. Информационное право. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева, Н. А. Жирнова, Ю. М. Тугушева, Е. В. Холодная ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12442-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518914> (дата обращения: 02.05.2023).

5. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для вузов / И. Л. Бачило. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00608-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510460> (дата обращения: 02.05.2023).

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### ***Требования к структуре реферата (доклада):***

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

##### ***Основные требования к оформлению:***

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

### **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

#### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

#### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

##### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b><i>ИТОГО:</i></b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Основы законодательства в сфере массовой коммуникации	УК-10	Контрольная работа	1. Юридическая ответственность блогеров. 2. Ответственность за злоупотребления правами журналиста 3. Юридическая ответственность журналистов в зарубежных странах 4. Судебная и внесудебная формы привлечения к ответственности в сфере медиа.
2.	Раздел 2. Правовое регулирование	ОПК-2	Контрольная	1. Понятие морального вреда и порядок его компенсации 2. Порядок опровержения информации в СМИ и реализации права на ответ. 3. Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации публичных деятелей.



	получения и распространения информации		работа	
3	Раздел 3. Основы правового регулирования интеллектуальной собственности и	ПК-2	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и принципы возложения юридической ответственности на субъектов массово-информационных отношений.</li> <li>2. Основания и виды юридической ответственности в сфере массово-информационных отношений.</li> <li>3. Основания освобождения от юридической ответственности субъектов массово-информационных отношений.</li> </ol>
		ПК-3	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гражданско-правовая защита чести, достоинства и деловой репутации.</li> <li>2. Способы гражданско-правовой защиты.</li> <li>3. Гражданско-правовая охрана изображения гражданина.</li> <li>4. Гражданско-правовая защита неприкосновенности частной жизни.</li> <li>5. Виды административных правонарушений в сфере медиа.</li> </ol>
		ПК-4	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие морального вреда и порядок его компенсации</li> <li>2. Порядок опровержения информации в СМИ и реализации права на ответ.</li> <li>3. Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации публичных деятелей.</li> </ol>

**4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
УК-10	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Источники правового регулирования в сфере медиа.</li><li>2. Свобода массовой информации: содержание. Понятие цензуры.</li><li>3. Злоупотребление свободой массовой информации.</li><li>4. Регистрация СМИ. Учредители СМИ. Перерегистрация. Освобождение от регистрации.</li><li>5. Признание недействительным свидетельства о регистрации. Приостановление и прекращение деятельности СМИ.</li><li>6. Правоотношения между учредителем СМИ и редакцией. Статус редакции. Устав редакции.</li></ol>
ОПК-2	<ol style="list-style-type: none"><li>7. Общий порядок распространения массовой информации. Выход в свет, тираж.</li><li>8. Лицензирование теле-радиовещания.</li><li>9. Правовой статус журналиста: понятие, элементы, круг лиц, на которых он распространяется.</li><li>10. Права журналиста. Право на использование скрытой записи: особенности реализации.</li><li>11. Обязанности журналиста</li><li>12. Аккредитация журналистов. Основания прекращения аккредитации.</li><li>13. Особенности аккредитации зарубежных корреспондентов</li></ol>
ПК-2	<ol style="list-style-type: none"><li>14. Порядок доступа к информации. Отказ и отсрочка предоставления информации.</li><li>15. Обеспечение конфиденциальности информации и ее источника.</li><li>16. Виды правового режима информации. Информация, к которой не может быть ограничен доступ.</li><li>17. Правовой режим свободного доступа и его разновидности.</li><li>18. Конфиденциальная информация и ее разновидности. Информация, составляющая государственную тайну. Меры по ее охране. Степени секретности информации.</li><li>19. Понятие рекламы и требования к ней. Недостоверная и недобросовестная реклама.</li></ol>

ПК-3	<p>20. Особенности распространения рекламы в СМИ.</p> <p>21. Особенности рекламы отдельных видов товаров.</p> <p>22. Понятие и виды юридической ответственности в сфере медиа. Основания освобождение от ответственности.</p> <p>23. Виды противоправных посягательств на честь, достоинство и деловую репутацию граждан и репутацию юридических лиц. Понятие и виды диффамации. Клевета и оскорбление.</p> <p>24. Гражданско-правовые способы защиты чести, достоинства и деловой репутации. Компенсация морального вреда.</p>
ПК-4	<p>25. Особенности реализации права на опровержение и права на ответ в СМИ.</p> <p>26. Гражданско-правовая охрана изображения, частной жизни гражданина.</p> <p>27. Понятие и виды интеллектуальных прав. Неимущественные права автора. Исключительные права и срок их действия.</p> <p>28. Объекты авторского права. Результаты интеллектуальной деятельности, на которые не распространяется авторское право.</p> <p>29. Сложные, составные произведения. Права на служебное произведение.</p> <p>30. Посягательства на свободу массовой информации и ответственность за них.</p>

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

#### **5.1.1. Основная литература**

1. Информационное право : учебник для вузов / Н. Н. Ковалева [и др.] ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13786-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519753>.

2. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 868 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16021-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/530260>.

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

3. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510644>.

4. Информационное право. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева, Н. А. Жирнова, Ю. М. Тугушева, Е. В. Холодная ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12442-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518914>.

5. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для вузов / И. Л. Бачило. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00608-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510460>.

## 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

## 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

## **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

<b>№ №</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>

	онлайн»	корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			







**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

Пивнева Светлана Валентиновна

---

28 марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

**Направление подготовки**

***«42.03.01 Реклама и связи с общественностью» №***

**Направленность**

***«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»***

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Коммуникации в сети Интернет» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Коммуникации в сети Интернет» разработана рабочей группой в составе Гундарин М.В., к.филос. н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор



Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор



А.В. Сафронов

---

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о роли и месте коммуникаций в сети Интернет в системе рекламы и связи с общественностью, а так же о технологиях профессиональной деятельности в сети Интернет, с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков.

#### Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить с базовыми понятиями в сфере Интернет-коммуникаций
2. Изучить ключевые инструменты профессиональной рекламной и пиар-работы в Сети
3. Изучить организацию и управлению Интернет-коммуникациями
4. Дать представление о тенденциях развития Интернет-коммуникаций.

**1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-6 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций (при наличии)</b>	<b>Код компетенции Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
Технологии	ОПК-6  Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 знает современные технические средства  ОПК6.2 применяет знание технических средств и технологий при планировании коммуникационных действиях  ОПК6.3 владеет современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями	Знать принципами отбора и внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий  Уметь использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии  Владеть навыками организации коммуникационного процесса

## **РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### **Очная форма обучения**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр</b>
		6
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	56	56

Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	34	34
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	34	34
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 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	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>											



<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие о коммуникациях в сети Интернет</b>	31	13	18	8		10					
Тема 1.1. Устройство сети Интернет	14	6	8	4		4					
Тема 1.2. Аудитория Интернета	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 2. Рекламные коммуникации в сети Интернет</b>	31	13	18	8		10					
<b>Тема 2.1.</b> Баннерная реклама	14	6	8	4		4					
<b>Тема 2.2.</b> Рекламные кампании в сети Интернет	17	7	10	4		6					
<b>РАЗДЕЛ 3 Продвижение информационных ресурсов в сети Интернет</b>	31	13	18	8		10					
<b>Тема 3.1.</b> Вирусный маркетинг в сети Интернет	14	6	8	4		4					
<b>Тема 3.2.</b> Повышение эффективности Интернет-коммуникаций	17	7	10	4		6					

<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>										
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>56</b>	<b>18</b>		<b>36</b>					

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Понятие о коммуникациях в сети Интернет

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Как устроен Интернет. История возникновения и развития. Периодизация истории Интернета. Новещая эпоха развития. Факторы формирования среды Интернет – вчера и сегодня.

##### **Тема 1.1. Устройство сети Интернет**

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Доменное пространство. Домены первого уровня. Домены второго уровня. Тренды. Устройство сайта. Системы управления сайтами. Хостинги. Интернет-сми, социальные сети, инет-магазины, сервисы, блог-хостинги. сайт-визитка; имиджевый ресурс, промо-сайт; корпоративный веб-сайт; информационный портал; интернет-магазин (для конечного потребителя); «business-to-business»-представительство, «виртуальный офис»

##### **Тема 1.2. Аудитория Интернета**

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Целевая аудитория Интернета: определение и методы исследования. Сегментирование целевой аудитории. Профиль или портрет целевой аудитории. Классификация пользователей Сети и их мотивов. Описание целевых групп. Методы привлечения целевой аудитории. Типы таргетинга. Целевая аудитория и медиаисследования. Анкета расчета объема целевой аудитории. Пример критериев оценки целевой аудитории

##### **Практические задания к разделу 1 Устройство сети Интернет**

##### **Тема практического занятия:**

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Домены первого уровня: общая характеристика

Домены второго уровня: общая характеристика.

Устройство сайта: общая характеристика.

Хостинги.

Интернет-сми: виды, примеры.

## **Тема практического занятия: Аудитория Интернета**

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

### **Темы контрольных**

Классификация пользователей Сети.

Способы описания целевых групп.

Методы привлечения целевой аудитории.

Типы таргетинга.

Критерии оценки целевой аудитории

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Интернет в нашей жизни: зло или благо?»**

## **РАЗДЕЛ 2. Рекламные коммуникации в сети Интернет**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Рекламные площадки сети Интернет. Интернет-медиа. Социальные сети. Сайты. Мессенджеры. Блоги и блогеры. Регулирование Интрнета. Корпоративные сайты и паблики. Проблема корпоративной репутации в сети Интернет.

### **Тема 2.1. Баннерная реклама**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Баннерная реклама с оплатой за показы. Баннерная реклама с оплатой за клики. Реклама основного бизнеса (другого сайта). Контекстная реклама (текстовые блоки, автоматически подходящие под тему сайта). Реклама партнерских программ за регистрации. Реклама партнерских программ за

продажи. Продажа доступа к платным разделам на сайте. Продажа собственного товара. Продажа текстовых ссылок на сайте. Платные / заказные материалы на сайте. Сервисы (платный/бесплатный аккаунт). Продажа платного контента, Дополнение оффлайн-бизнеса.

## **Тема 2.2. Рекламные кампании в сети Интернет**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Типы рекламных кампаний (имиджевая, продуктовая, торговая). Селебрити маркетинг. Контекстная реклама. Баннерная реклама. Маркетинг в Социальных Сетях. Вирусный маркетинг. Партнерские программы. Конкурсы и другая материальная мотивация. Мотивация виртуальными призами. Подарки, звездочки, звания и прочая рейтинговая атрибутика.

### **Практические задания к разделу 2**

**Тема практического занятия:** Баннерная реклама

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Виды баннеров.

Способы продажи баннеров.

Интерактивные баннеры

Выбор рекламных площадок, на которых будут размещаться баннеры.

Изготовление баннеров и согласование с рекламодателем.

**Тема практического занятия:** Рекламные кампании в сети Интернет

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Текстовые ссылки (Text Links).

Ссылочный текст (Anchor text).

«Хлебные крошки» (Breadcrumbs)

Заголовки (Titles).

Карта сайта.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Темы эссе «Каковы условия эффективности интернет-кампаний?»**

## **РАЗДЕЛ 3. Продвижение информационных ресурсов в сети Интернет**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Методы продвижения: расширение контактов с онлайн-прессой и формирование пула лояльных журналистов; повышение уровня лояльности и доверия потребителей в процессе построения прямого диалога. SMO (Social Marketing Optimization): продвижение в социальной среде Интернет; привлечение посетителей из социальных сетей; участие в тематических сообществах; использование вирусного контента; мероприятия в блогосфере.

### **Тема 3.1. Вирусный маркетинг в сети Интернет**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Вирусный маркетинг: комплекс мероприятий, побуждающих потребителя передавать рекламное сообщение друг другу. Особенности вируса: бесплатное распространение информации о компании или продукте за счет инициативы самих пользователей; возможность создания нестандартного информационного повода для развития его в оригинальную PRкампанию с широким охватом аудитории; непосредственный контакт с пользователями для сбора подробной информации о потребителе; использование вирусной идеи в стандартных рекламных носителях для привлечения дополнительного внимания аудитории.

### **Тема 3.2. Повышение эффективности Интернет-коммуникаций**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Параметры оценки системы: интерфейс и сервисы, скорость обновления статистики. Сегментация и анализ входящего трафика, социо-демографическая статистика, статистика по системам контекстной рекламы. оповещение о проблемах с сайтом, определение и отслеживание целей рекламной кампании, «карта путей» пользователей. статистика интернетмагазинов. сравнительная статистика по конкурентам. фильтрация данных, сравнение данных о посетителях сайта и их наложение на разные источники, возможность экспортировать информацию.

### **Практические задания к разделу 3**

#### **Тема практического занятия: Вирусный маркетинг в сети Интернет**

**Форма практического занятия** дискуссия, контрольная работа

#### **Темы контрольных**

Фильтрация контента: основные принципы

Сервис SkyDNS

Интернет-телевидение

Технология Torrent Stream.

Коллективные покупки

**Тема практического занятия:**

**Форма практического занятия:** дискуссия, контрольная работа

**Темы контрольных**

Социальные сервисы

Сервисы знакомств,

SMM (реклама в социальных медиа).

Сервисы геолокации

Дополненная реальность

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – эссе**

**Тема эссе «Каковы факторы успеха и опасности вирусной рекламы в сети Интернет?»**

### **РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Очной формы обучения*

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Модуль 1. (семестр 6)</b>		
<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие о коммуникациях в сети Интернет</b>	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 2. Рекламные коммуникации в сети Интернет</b>	18	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>РАЗДЕЛ 3 Продвижение информационных ресурсов в сети Интернет</b>	20	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	56	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

Домены первого уровня: общая характеристика

Домены второго уровня: общая характеристика.

Устройство сайта: общая характеристика.

Хостинги.

Интернет-сми: виды, примеры.

## **Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

Классификация пользователей Сети.

Способы описания целевых групп.

Методы привлечения целевой аудитории.

Типы таргетинга.

Критерии оценки целевой аудитории

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.03.2023).

Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514879> (дата обращения: 09.03.2023).

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

Виды баннеров.

Способы продажи баннеров.

Интерактивные баннеры

Выбор рекламных площадок, на которых будут размещаться баннеры.

Изготовление баннеров и согласование с рекламодателем.

## **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

. Текстовые ссылки (Text Links).

Ссылочный текст (Anchor text).



«Хлебные крошки» (Breadcrumbs)

Заголовки (Titles).

Карта сайта.

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.03.2023).

Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514879> (дата обращения: 09.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

Фильтрация контента: основные принципы

Сервис SkyDNS

Интернет-телевидение

Технология Torrent Stream.

Коллективные покупки

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

Социальные сервисы

Сервисы знакомств,

SMM (реклама в социальных медиа).

Сервисы геолокации

Дополненная реальность

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3**

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, 2023. — 335 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 09.03.2023).

Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514879> (дата обращения: 09.03.2023).

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### *Требования к структуре реферата (доклада):*

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

##### *Основные требования к оформлению:*

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **Экзамен**, который проводится в **устной** форме.

## **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным

профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы), дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Форма рубежного контроля</b>	<b>Вопросы/задания рубежного контроля</b>
1	<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие о коммуникациях в сети Интернет</b>	ОПК-6	Эссе	<b>«Интернет в нашей жизни: зло или благо?»</b>
2.	<b>РАЗДЕЛ 2. Рекламные коммуникации в сети Интернет</b>	ОПК-6	Эссе	<b>«Каковы условия эффективности интернет-кампаний?»</b>



	<b>РАЗДЕЛ 3 Продвижение информационных ресурсов в сети Интернет</b>	<b>ОПК-6</b>	эссе	<b>«Каковы факторы успеха и опасности вирусной рекламы в сети Интернет?»</b>
--	---	--------------	------	--

**4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
--	-------------------------

ОПК-6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поисковое продвижение сайта.</li> <li>2. Поддержка сайта: анализ статистики, поддержка работы, продвижения и развития сайта.</li> <li>3. Типы сайтов, классификация Интернет ресурсов/</li> <li>4. Контекстная реклама.</li> <li>5. Каналы продвижения товаров и услуг в интернете.</li> <li>6. Типы рекламных кампаний</li> <li>7. Стратегии продвижения ресурсов в интернет-коммуникациях</li> <li>8. Медийная реклама в интернете.</li> <li>9. Этапы работы медийной интернет рекламы.</li> <li>10. Контекстная реклама в интернете.</li> <li>11. Поисковая реклама: реклама в поисковых системах («Яндекс», «Рамблер», Mail, Google) в зависимости от запроса, заданного пользователем.</li> <li>12. Нестандартное продвижение услуг в интернет: SMO, вирусный маркетинг. медиамикс.</li> <li>13. Вирусный маркетинг.</li> <li>14. Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO).</li> <li>15. Внешние и внутренние факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы.</li> <li>16. Инструменты web-аналитики: интернет-статистика. google.analytics, alexa, Яндекс.метрика.</li> <li>17. Юзабилити сайта.</li> <li>18. Интернет тренды.</li> <li>19. Управление проектом по созданию сайта.</li> </ol>
-------	---

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

#### 5.1.1. Основная 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
2. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514879>

### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
3. 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, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454>

**5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https:// grebennikon.ru/</a>

**5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

## **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https:// dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими

средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### **5.6. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменени я
1.			
2.			



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение**

**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**И.о. декана факультета политических и  
социальных технологий**

**/Пивнева С.В./**

**28.03. 2023 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Направление подготовки  
«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность  
«Коммуникативный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная**

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>6</b>
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
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	8
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>11</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	12
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	14
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	<b>15</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	16
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	21
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> .....	<b>22</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	22
5.1.1. Основная литература.....	22
5.1.2. Дополнительная литература.....	22
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	22

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	23
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	24
5.4.1. Средства информационных технологий.....	24
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	24
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	24
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	25
5.6. Образовательные технологии .....	25
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>27</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Международный маркетинг, реклама и связи с общественностью**» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Международный маркетинг, реклама и связи с общественностью**» разработана рабочей группой в составе: Полунина О.С., к.и.н., доцент.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

(подпись)

ORTA Communications Group

Генеральный директор

А.В. Сафронов

(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

В.А. Матанис

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины(модуля) 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(модуля):

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 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-5; ПК-2; в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции и Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем  Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов  Владеть: навыками организации коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной

	механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	системы
	ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) коммуникационном продукте  ПК-2.2. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) коммуникационного продукта	Знать стандарты, форматы, жанры и стили Уметь соблюдать стандарты, жанры и стили Владеть навыками редактирования коммуникационного продукта

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультация		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего							
<b>Модуль 1 (семестр 8)</b>										
<b>Раздел 1. История становления системы коммуникационного менеджмента. Международный аспект</b>	<b>33</b>	<b>15</b>		<b>6</b>		<b>12</b>				
Тема 1.1. История становления коммуникации в США				4		6				
Тема 1.2 История становления коммуникации в Европе				2		6				
<b>Раздел 2. Массовый характер коммуникации</b>	<b>33</b>	<b>15</b>		<b>6</b>		<b>12</b>				
Тема 2.1. Политические коммуникации				4		6				
Тема 2.2. Коммерческие коммуникации				2		6				
<b>Раздел 3. Современные международные коммуникационные тренды</b>	<b>33</b>	<b>15</b>		<b>6</b>		<b>12</b>				
Тема 3.1 Современный международный рынок рекламы				2		6				
Тема 3.2 Этические принципы				4		6				



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего							
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Общий объем, часов	108	45	18							

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1.

*Цель: изучить историю становления коммуникаций*

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Хронология развития коммуникаций в США и Европе. Основные цели и задачи коммуникации на каждом этапе. Виды и средства коммуникации. Сфера распространения. Классификация международных отношений. Основные участники международных отношений. Геополитика. Геостратегия. Транснациональные компании. НКО. Информационная безопасность.

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

##### Форма практического задания: решение кейса

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.

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

##### Форма рубежного контроля: решение кейса

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.

#### РАЗДЕЛ 2.

**Цель:** *изучить* современное состояние международных коммуникаций  
**Перечень изучаемых элементов содержания**

Стратегическая коммуникация. Цели стратегической коммуникации. Элементы стратком: пиар, публичная дипломатия, информационные операции. Целевая аудитория стратегической коммуникации. Международные коммуникационные агентства. Международные бренды.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания:**

Разработайте план внутрикорпоративных мероприятий на 1 год для компании – дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма рубежного контроля**

Разработайте план рекламной компании для дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе.

## **РАЗДЕЛ 3.**

**Цель:** *изучить актуальные тренды современных коммуникаций.*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Оmnikanальность. Персонализация. Кастомизация. Инклюзивность. Малобюджетный маркетинг. Маркетинг 5.0. Культура отмены.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

### **Форма практического задания:**

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 3**

### **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 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

#### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

##### ***Очной формы обучения***

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Модуль 1. (семестр 8)</b>		
Раздел 1. История становления системы коммуникационного менеджмента. Международный аспект	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Массовый характер	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение

коммуникации		материала раздела
Раздел 3. Современные международные коммуникационные тренды	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

### 3.2. Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

##### Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Соотношение понятий международные отношения, внешняя политика, мировая политика, дипломатия.
2. Основные центры международных исследований в России и за рубежом.
3. Экономический фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
4. Международные экономические организации и их роль в современном мире

##### Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:

Хронология развития коммуникаций в США и Европе. Основные цели и задачи коммуникации на каждом этапе. Виды и средства коммуникации. Сфера распространения. Классификация международных отношений. Основные участники международных отношений. Геополитика. Геостратегия. Транснациональные компании. НКО. Информационная безопасность.

##### Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

Городнова, А. А. Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512190> (дата обращения: 10.03.2023).

Малашенко, А. В. Становление постиндустриальной цивилизации: от цифровизации до варварства : монография / А. В. Малашенко, Ю. А. Нисневич, А. В. Рябов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11581-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518380> (дата обращения: 10.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

1. Функция стратегической коммуникации
2. Каналы передачи информации и способы ее кодирования.
3. Стратком и экономические цели.

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

Стратегическая коммуникация. Цели стратегической коммуникации. Элементы стратком: пиар, публичная дипломатия, информационные операции. Целевая аудитория стратегической коммуникации. Международные коммуникационные агентства. Международные бренды.

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

Городнова, А. А. Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512190> (дата обращения: 10.03.2023).

Малашенко, А. В. Становление постиндустриальной цивилизации: от цифровизации до варварства : монография / А. В. Малашенко, Ю. А. Нисневич, А. В. Рябов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11581-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518380> (дата обращения: 10.03.2023).

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

1. Соблюдение международных норм рекламы и пиар
2. Международная рекламная компания
3. Оценка эффективности

#### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

Оmnikanальность. Персонализация. Кастомизация. Инклюзивность. Малобюджетный маркетинг. Маркетинг 5.0. Культура отмены.

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

Городнова, А. А. Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512190> (дата обращения: 10.03.2023).

Малашенко, А. В. Становление постиндустриальной цивилизации: от цифровизации до варварства : монография / А. В. Малашенко, Ю. А. Нисневич, А. В. Рябов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11581-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518380> (дата обращения: 10.03.2023).

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### *Требования к структуре реферата (доклада):*

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «TimesNewRoman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки

должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура TimesNewRoman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.



## **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимися дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20

<i>итоговое практическое задание</i>	<i>20</i>
рубежи текущего контроля	30
<b><i>ИТОГО:</i></b>	<b><i>80</i></b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
-------------------------	--

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1.	ОПК-5	Контрольная работа	Хронология развития коммуникаций в США и Европе. Основные цели и задачи коммуникации на каждом этапе. Виды и средства коммуникации. Сфера распространения. Классификация международных отношений. Основные участники международных отношений. Геополитика. Геостратегия. Транснациональные компании. НКО. Информационная безопасность.
2.	Раздел 2.	ПК-2	Контрольная работа	Стратегическая коммуникация. Цели стратегической коммуникации. Элементы стратком: пиар, публичная дипломатия, информационные операции. Целевая аудитория стратегической коммуникации. Международные коммуникационные агентства. Международные бренды.
3	Раздел 3.		Контроль	Оmnikanальность. Персонализация. Кастомизация. Инклюзивность. Малобюджетный маркетинг. Маркетинг 5.0. Культура отмены.

		ОПК-5, ПК-2	льная работа	
--	--	----------------	-----------------	--

#### 4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

##### Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-5	<p>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.</p> <p>Разработайте план рекламной компании для дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе.</p> <p>Разработайте годовой план корпоративных мероприятий для дистрибьютора косметической продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе.</p>
ПК-2	<p>Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире.</p> <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• «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);</li><li>• «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);</li><li>• «Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности» (Андерс Далвиг, Президент ИКЕА).</li></ul>

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

#### 5.1.1. Основная литература

Городнова, А. А. Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9437-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512190> (дата обращения: 10.03.2023).

Малашенко, А. В. Становление постиндустриальной цивилизации: от цифровизации до варварства : монография / А. В. Малашенко, Ю. А. Нисневич, А. В. Рябов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11581-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518380> (дата обращения: 10.03.2023).

### 5.1.2. Дополнительная литература

Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519872> (дата обращения: 10.03.2023).

## 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

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 дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

##### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: AstraLinux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

*\*Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

<b>№ №</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных	Полнотекстовая база данных периодических	<a href="https://">https://</a>

	"EastView"	изданий	<a href="http://dlib.eastview.com">dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями (указать какими, например, таблицы «Основная грамматика английского языка»), экранно-звуковыми средствами обучения (указать какими, например, CD «Разговорный английский»), демонстрационными материалами (указать какими, например, комплект демонстрационных материалов (фолий) «Страноведение. США»), видеофильмами DVD (указать какими).

**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 (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

\_\_\_\_\_/Пивнева С.В./

28.03. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**«МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА**  
**И МЕРЧАНДАЙЗИНГ»**

**Направление подготовки**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**

**«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**

***Очная***

Москва 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	12
3.2. Задания для самостоятельной работы	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	15
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	25
5.1.1. Основная литература	25
5.1.2. Дополнительная литература	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	26
5.4.1. Средства информационных технологий	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	27

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
5.6. Образовательные технологии	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации» (далее – ОПОП).

Рабочая программа дисциплины «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» разработана рабочей группой в составе: Чардымский М.Г., к.э.н., доц., Гундарин М.В., к.ф.н., доц.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий  
Протокол № 12 от 28 февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

---

(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор

А.В. Сафронов

---

(подпись)



Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



В.А. Матанис

---

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методах стимулирования продаж, принципах и правилах мерчандайзинга с последующим их применением в профессиональной сфере, а также практических умений и навыков в рамках организационно-управленческой деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. Знать методы ценового и неценового стимулирования конечных потребителей, торговых посредников и работников службы продаж собственной организации.
2. Знать принципы и правила мерчандайзинга.
3. Уметь разрабатывать план промо-акции, рассчитывать эффективность стимулирующих мероприятий.
4. Уметь устанавливать основные требования по организации всех направлений мерчандайзинга в магазинах.
5. Приобрести навыки разработки условий стимулирующих мероприятий для организаций розничной торговли.

**1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-5; ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код и 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. Воспринимает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом и	Знать: межкультурное разнообразие общества в различных аспектах Уметь: воспринимать межкультурное

	этическом и философском контекстах	этическом контекстах  УК-5.2. Воспринимает межкультурное разнообразие общества в философском контексте	разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать:  совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  Уметь:  учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками</b>	54	54
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Лабораторные занятия		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации		Зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
<b>Семестрб</b>											
<b>Раздел 1.</b>											
<b>Стимулирование потребителей</b>	33	15	18	6			12				
Тема 1.1. Сущность и классификация методов стимулирования сбыта	11	5	6	2			4				
Тема 1.2. Ценовостимулирование потребителей	11	5	6	2			4				
Тема 1.3. Неценовостимулирован	11	5	6	2			4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
непотребителей										
<b>Раздел 2.</b> Промо-акции. Стимулирование торговых посредников и работников службы продаж	33	15	18	6		12				
Тема 2.1. Промо-акции и оценка эффективности стимулирующих мероприятий	11	5	6	2		4				
Тема2.2. Стимулирование торговых посредников	11	5	6	2		4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иные контакты	из них: в форме практической подготовки
Тема 2.3. Стимулирование работников службы продаж	11	5	6	2		4					
<b>Раздел3. Мерчандайзинг</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		<b>12</b>					
Тема 3.1. Сущность мерчандайзинга. Размещение товаров в торговом зале	11	5	6	2		4					
Тема3.2. Выкладка товаров	11	5	6	2		4					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
Тема 3.3. Применение безличных маркетинговых коммуникаций в торговом зале	11	5	6	2		4				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Форма промежуточной аттестации	Зачет									
Общий объем, часов	108	45	54	18		36				

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)



## **РАЗДЕЛ 1. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**Тема 1.1. Сущность и классификация методов стимулирования сбыта**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 1.2. Ценовое стимулирование потребителей**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 1.3. Неценовое стимулирование потребителей**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 1.**

**Тема практического занятия 1.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 1.3.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 1.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

## **РАЗДЕЛ 2. ПРОМО-АКЦИИ. СТИМУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ И РАБОТНИКОВ СЛУЖБЫ ПРОДАЖ**

**Тема 2.1. Промо-акции и оценка эффективности стимулирующих мероприятий**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 2.2. Стимулирование торговых посредников**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 2.3. Стимулирование работников службы продаж**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Задания к практическим занятиям раздела 2.**

**Тема практического занятия 2.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 2.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 2.3.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

## **Рубежный контроль к разделу 2.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

### **РАЗДЕЛ 3. МЕРЧАНДАЙЗИНГ**

**Тема 3.1. Сущность мерчандайзинга. Размещение товаров в торговом зале**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 3.2. Выкладка товаров**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

**Тема 3.3. Применение безличных маркетинговых коммуникаций в торговом зале**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

### **Задания к практическим занятиям раздела 3.**

**Тема практического занятия 3.1.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 3.2.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Тема практического занятия 3.3.:**

**Форма практического задания:**

**Название практического задания:**

**Рубежный контроль к разделу 3.**

**Форма рубежного контроля:**

**Название задания рубежного контроля:**

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Очная форма обучения**

<b>Раздел, тема</b>	<b>Количество часов</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>
<b>Семестр 6</b>		
Раздел 1. Стимулирование потребителей	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 2. Промо-акции. Стимулирование торговых посредников и работников службы продаж	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля
Раздел 3. Мерчандайзинг	15	Самостоятельное изучение материала раздела, выполнение задания рубежного контроля

<b>Общий объем по семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	45	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**

#### **Тема(вид задания) к Разделу 1:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1:**

1. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. Маркетинг торгового предприятия: Учебник / Под ред. Т.Н. Парамоновой. 3-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2022. 282 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684500>.
2. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2023. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/511008>.
3. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в торговле: Учебник / Под ред. Л.П. Дашкова . 7-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 396 с.: схем., ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697332>.
4. Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие. 4-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 128 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>.

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.**

#### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2:**

#### **Тема(вид задания) к Разделу 2:**

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2:**

1. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. Маркетинг торгового предприятия: Учебник / Под ред. Т.Н. Парамоновой. 3-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2022. 282 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684500>.
2. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2023. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/511008>.
3. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в торговле: Учебник / Под ред. Л.П. Дашкова . 7-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 396 с.: схем., ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697332>.
4. Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие. 4-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 128 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>.

### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3:**

### **Тема(вид задания) к Разделу 3:**

### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3:**

1. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. Маркетинг торгового предприятия: Учебник / Под ред. Т.Н. Парамоновой. 3-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2022. 282 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684500>.
2. Бондаренко В.А., Миргородская О.Н. Организация мерчандайзинга в компаниях: Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. 324 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=616877>.
3. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в торговле: Учебник / Под ред. Л.П. Дашкова . 7-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 396 с.: схем., ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697332>.
4. Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие. 4-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 128 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>.

### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение обучающимися основной профессиональной образовательной программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины(модуля) и достижения поставленной цели необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой данной дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа по дисциплине «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» предполагает более глубокое изучение вопросов, входящих в учебно-тематический план, освоение дополнительных вопросов по тематике дисциплины и выполнение заданий рубежного контроля вне аудиторных занятий. Задания рубежного контроля представляют собой практические задания различных форм: исследовательская работа, творческое задание, организационно-управленческая работа, проект и др.

Варианты рубежного контроля (при их наличии) и срок выполнения назначаются преподавателем. Ответ к заданию рубежного контроля печатается на компьютере или мобильном устройстве и размещается в электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Задание рубежного контроля предоставляется на проверку в файле формата doc или docx.

Титульный лист оформляется по образцу. Ответ к заданию начинается на странице 2.

В зависимости от вида задания ответ формулируется деловым или научным языком, избегая грамматических и стилистических ошибок, а также сокращений. Допускаются только общепринятые сокращения единиц измерения, валют и т.п.

Основной тип шрифта в тексте ответа - TimesNewRoman, размер шрифта - 14 пунктов, междустрочный интервал - полуторный. В таблицах используется тот же тип шрифта размером 10 - 12 пунктов, междустрочный интервал - одинарный.

Текст ответа выравнивается по ширине. Заголовки выравниваются по центру и выделяются полужирным шрифтом.

Поля по краям страницы: сверху - 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа - 1,5 см. Номера страниц ставятся, начиная с стр. 2 в нижнем колонтитуле по правому краю. Титульный лист считается первой страницей документа. Номер на нем не ставится.

## **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» является зачет, который проводится в **устной** форме.

## **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40



из них: текущие практические задания	20
итоговое практическое задание	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

№ п/п	Контролируемыеразделы дисциплины	Кодконтролируемойкомпетенции	Форма рубежногоконтроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	<b>Раздел 1.</b>  <b>Стимулирование потребителей</b>			
2.	<b>Раздел 2.</b>  <b>Промо-акции. Стимулирование торговых посредников и работников службы продаж</b>			
3.	<b>Раздел 3.</b>  <b>Мерчандайзинг</b>			

**4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

<b>Код контролирующей компетенции</b>	<b>Вопросы /задания</b>
УК-5	
ОПК-5	

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

#### 5.1.1. Основная литература

1. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. Маркетинг торгового предприятия: Учебник / Под ред. Т.Н. Парамоновой. 3-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2022. 282 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684500>.
2. Бондаренко В.А., Миргородская О.Н. Организация мерчандайзинга в компаниях: Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. 324 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=616877>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2023. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/511008>.
2. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в торговле: Учебник / Под ред. Л.П. Дашкова. 7-е изд. Москва: Дашков и К°, 2022. 396 с.: схем., ил., табл. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697332>.
3. Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие. 4-е изд., стер. Москва: Дашков и К°, 2020. 128 с.: ил. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>.

### 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

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	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> 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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

	информацию онаучных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
--	--	--

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины «Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, семинарских и практических занятий.

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 студент 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 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;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. персональные компьютеры;
2. средства доступа в Интернет;
3. проектор.

##### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. операционная система Astra Linux SE;
2. пакет офисных программ LibreOffice;
3. справочная система Консультант+;
4. Okular или Acrobat Reader DC;
5. Ark или 7-zip;
6. UserGate;
7. TrueConf (client).

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

<b>№ №</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>



4.	Базаданных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электроннаябиблио тека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплиныиспользуются:

**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«*Методы стимулирования сбыта и мерчандайзинг*»применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплиныпредусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, рассмотрение конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплиныпредусмотрено применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках данной дисциплиныпредусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направлением подготовки реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

\_\_\_\_\_/Пивнева С.В./

28.03.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

## **НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**

**Направление подготовки**  
*«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»*

**Направленность**  
*«Коммуникационный менеджмент и управление репутацией бренда»*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА**  
**БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
*Очная*

Москва 2023

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	5
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>5</b>
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	7
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	10
<b>РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>12</b>
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
3.2. Задания для самостоятельной работы.....	14
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>16</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	16
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	17
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>25</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.1.1. Основная литература.....	25
5.1.2. Дополнительная литература.....	25
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	26
5.4.1. Средства информационных технологий.....	26
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: .....	27
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных.....	27

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	27
5.6. Образовательные технологии .....	28
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....</b>	<b>30</b>

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Наружная реклама**» 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 г. № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* (далее – «ОПОП»)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Наружная реклама**» разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В., к. филос.н., доцент

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры квалиметрии, коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий

Протокол № 12 от «28» февраля 2023 года

Заведующий кафедрой

Д.э.н., профессор

Д.А. Шевченко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

ORTA CommunicationsGroup

Генеральный директор

А.В. Сафронов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.ф.н., доцент

В.А. Матанис

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о наружной рекламе как важной составляющей профессионального рынка рекламы и формирование практических навыков по решению профессиональных задач в сфере наружной рекламы.

Задачи дисциплины(модуля):

1. Ознакомление студентов с основными понятиями в сфере наружной рекламы
2. Формирование навыков работы с инструментами и методами наружной рекламы.
3. Изучение практики в проектах сфере наружной;
4. Определение основных проблем и перспектив развития наружной рекламы.

**1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/магистратуры/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1, ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Медиакоммуникационная система	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществу и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	ОПК -1.1. Выявляет отличительные особенности коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, и иных знаковых систем медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ  ОПК – 1.2 Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов,	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, разных медиасегментов и платформ  Уметь: осуществлять подготовку журналистских текстов и (или) продуктов, различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и



	иностранных языков, особенностям и иных знаковых систем	различных жанров и форматов, в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	иностранных языков, особенностями иных знаковых систем
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54
Лекционные занятия	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		

Практические занятия	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Консультации / Иная контактная работа		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	45	45
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>	9	9
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 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	<i>из них: в форме индивидуальной</i>	Практические	<i>из них: в форме</i>	Лабораторные	<i>из них: в форме</i>	Консультации / Иная контактная работа
<b>Модуль 1 (семестр 6 )</b>										
<b>Раздел 1. Наружная реклама: история и современность</b>	33	15	18	6		12				
Тема 1.1. Исторические закономерности развития наружной рекламы	17	8	9	3		6				
Тема 1.2. Наружная реклама как смысловая коммуникация	16	7	9	3		6				
<b>Раздел 2. Нормативный аспект наружной рекламы</b>	33	15	18	6		12				
Тема 2.1. Законодательное регулирование сферы наружной рекламы	17	8	9	3		6				
Тема 2.2. Культурные аспекты наружной	16	7	9	3		6				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные	из них: в форме индивидуальной	Практические	из них: в форме	Лабораторные	из них: в форме	Консультации / индивидуальные
рекламы										
<b>Раздел 3. Практика наружной рекламы</b>	33	15	18	6		12				
Тема 3.1. Виды рекламоносителей	17	8	9	3		6				
Тема 3.2. Практика изготовления и размещения наружной рекламы	16	7	9	3		6				
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>									
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>18</b>		<b>36</b>				

### 2.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### РАЗДЕЛ 1. Раздел 1. Наружная реклама: история и современность

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Функции рекламы. Закон РФ «О рекламе» Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Закон РФ "Об авторских и смежных правах"

#### Тема 1.1. Исторические закономерности развития наружной рекламы

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Наружная реклама, ее зарождение и историческое развитие в странах Европы. Этапы развития наружной рекламы. Особенности исторического формирования наружной рекламы в России. Становление традиций наружной рекламы в США.

#### Тема 1.2. Наружная реклама как смысловая коммуникация

##### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи.

Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы. Посредник в коммуникации, testimoniум. Рекламная пирамида. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**Тема практического занятия:** Исторические закономерности развития наружной рекламы

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

1. Зарождение наружной рекламы: древний мир
2. Наружная реклама в Средневековой Европе
3. Наружная реклама в новое время
4. США как полигон развития наружной рекламы
5. Россия и наружная реклама в дореволюционное время
6. Советский опыт наружной рекламы

**Тема практического занятия:** Наружная реклама как смысловая коммуникация

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

Основные элементы схемы рекламной коммуникации в наружной рекламе  
Каналы коммуникации в наружной рекламе  
Получатель, декодирование, обратная связь в наружной рекламе  
Барьеры, помехи в наружной рекламе  
Символы, архетипы, стереотипы в наружной рекламе  
Методы НЛП в наружной рекламе

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**форма рубежного контроля – эссе: «Не слишком ли много наружной рекламы вокруг нас?»**

## **РАЗДЕЛ 2. Нормативный аспект наружной рекламы**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Режим свободного доступа к информации. Режим ограниченного доступа к рекламной информации. Порядок получения рекламной информации. Обеспечение конфиденциальности рекламной информации. Госрегулирование наружной рекламы.

### **Тема 2.1. Законодательное регулирование сферы наружной рекламы**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Соблюдение правил и регламентов городской инфраструктуры в наружной рекламе. Получение разрешения на размещение наружной рекламы. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара». Правовые требования к товарному знаку. К вопросу об авторских правах и ответственности за их несоблюдение.

### **Тема 2.2. Культурные аспекты наружной рекламы**

#### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Стилистические нормы написания рекламного текста. Особенности орфографии и пунктуации наружной рекламы. Лексика и фразеология рекламной продукции. Интернет-язык в рамках наружной рекламы: перспективы. Синтаксис текстов для наружной рекламы:

экспрессивные конструкции как способ привлечения внимания. Графика современной наружной рекламы. Применение литературных цитат и их имитаций в наружной рекламе. Использование репродукций работ известных живописцев в создании фона наружной рекламы. Светомузыка как нестандартное рекламное решение. Наружная реклама в этическом аспекте

## **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Тема практического занятия:** Законодательное регулирование сферы наружной рекламы

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

Юридический документооборот в наружной рекламе

Личные неимущественные права автора.

Авторские договоры.

Понятие и виды смежных прав.

Коллективное управление исключительными правами.

Защита авторских прав.

**Тема практического занятия:** Культурные аспекты наружной рекламы

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

**Темы контрольных работ**

Лексика и фразеология рекламной продукции.

Интернет-язык в рамках наружной рекламы

Синтаксис текстов для наружной рекламы

Графика современной наружной рекламы.

Применение литературных цитат и их имитаций в наружной рекламе.

Использование репродукций работ известных живописцев в наружной рекламе.

Светомузыка как нестандартное рекламное решение

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**форма рубежного контроля –эссе**

**Тема эссе:** «Цитаты и произведения великих в наружной рекламе: помогает восприятию или отпугивает?»

## **РАЗДЕЛ 3. Практика наружной рекламы**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Коммерческая наружная реклама и её основные функции. Социальная реклама: источники её финансирования и область применения. Понятие городской визуальной информации

### **Тема 3.1. Виды рекламоносителей**

*Перечень изучаемых элементов содержания*

Толдо в наружной рекламе и его экономическая целесообразность. Лайтпостер как эстетический объект. Штендер: преимущества и недостатки. Пилларс и его уникальные функции. Растяжка: от материалов к цветовым

решениям. Для чего нужны брендмаузерные конструкции? Призмавижен: устройство и стоимость. Маркизы в современных городах. Плюсы и минусы супер-сайтов.

### **Тема 3.2. Практика изготовления и размещения наружной рекламы** *Перечень изучаемых элементов содержания*

Использование света как элемента наружной рекламы. Возможности и принципы звукового оформления наружной рекламы. 3- и 4-D эффекты в современной рекламной продукции. Высокотехнологичные элементы наружной рекламы: от робо-тотехники к нанотехнологиям.

#### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Тема практического занятия:** Виды рекламоносителей

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ**

Экраны в наружной рекламе

Бегущая строка в наружной рекламе

Правила размещения наружной рекламы в метро.

Особенности наружной рекламы в салонах автобусов.

Басорамы на современном общественном транспорте

Виды рекламы на междугородном транспорте.

**Тема практического занятия:** Практика изготовления и размещения наружной рекламы

**Форма практического задания:** дискуссии; контрольная работа,

#### **Темы контрольных работ**

Менеджмент в сфере наружной рекламы.

Правила создания рекламного макета.

Трёхмерное моделирование элементов рекламы

Колористика в области наружной рекламы.

Основы композиции.

Оформление витринной рекламы

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – эссе «Наружная реклама в современном городе – какая она сейчас и какая должна быть?»**

### **РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

#### **3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
<b>Модуль 1. (семестр 6)</b>		
Раздел 1. Наружная реклама: история и современность	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Нормативный аспект наружной рекламы	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала

		раздела
Раздел 3. Практика наружной рекламы	15	Подготовка контрольной работы Самостоятельное изучение материала раздела
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	45	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	45	

### **3.2. Задания для самостоятельной работы**

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 1**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1**

1. Зарождение наружной рекламы: древний мир
2. Наружная реклама в Средневековой Европе
3. Наружная реклама в новое время
4. США как полигон развития наружной рекламы
5. Россия и наружная реклама в дореволюционное время
6. Советский опыт наружной рекламы

##### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 1:**

Основные элементы схемы рекламной коммуникации в наружной рекламе  
Каналы коммуникации в наружной рекламе  
Получатель, декодирование, обратная связь в наружной рекламе  
Барьеры, помехи в наружной рекламе  
Символы, архетипы, стереотипы в наружной рекламе  
Методы НЛП в наружной рекламе

#### **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.**

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510712> (дата обращения: 11.05.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 11.05.2023).

#### **Задания для самостоятельной работы к Разделу 2**

##### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2**

Юридический документооборот в наружной рекламе  
Личные неимущественные права автора.  
Авторские договоры.  
Понятие и виды смежных прав.  
Коллективное управление исключительными правами.  
Защита авторских прав.

##### **Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:**

Лексика и фразеология рекламной продукции.  
Интернет-язык в рамках наружной рекламы  
Синтаксис текстов для наружной рекламы  
Графика современной наружной рекламы.  
Использование репродукций работ известных живописцев в наружной рекламе.  
Светомузыка как рекламное решение

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.**

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510712> (дата обращения: 11.05.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 11.05.2023).

## **Задания для самостоятельной работы к Разделу 3**

### **Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3**

Экраны в наружной рекламе  
Бегущая строка в наружной рекламе  
Правила размещения наружной рекламы в метро.  
Особенности наружной рекламы в салонах автобусов.  
Басорамы на современном общественном транспорте  
Виды рекламы на междугороднем транспорте.

## **Перечень тем контрольных работ к Разделу 3:**

Менеджмент в сфере наружной рекламы.  
Правила создания рекламного макета.  
Трёхмерное моделирование элементов рекламы  
Колористика в области наружной рекламы.  
Основы композиции.  
Оформление витринной рекламы

## **Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.**

### **Основная литература**

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510712> (дата обращения: 11.05.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 11.05.2023).



### **3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

#### ***Написание реферата (доклада).***

##### *Требования к структуре реферата (доклада):*

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

##### *Основные требования к оформлению:*

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru) - (более 50% заимствований) работа не принимается.

#### ***Выполнение тестовых заданий.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

#### ***Написание эссе.***

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания

эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

#### **РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

##### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

##### **4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

###### **4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

###### **4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

#### **4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося**

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного 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.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

**4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы), дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенций</b>	<b>Форма рубежного контроля</b>	<b>Вопросы/задания рубежного контроля</b>
1	Раздел 1. Наружная реклама: история и современность	ОПК-1	Эссе	Не слишком ли много наружной рекламы вокруг нас?
2.	Раздел 2. Нормативный аспект наружной рекламы	ОПК-5	Эссе	Цитаты и произведения великих в наружной рекламе: помогает восприятию или отпугивает?»
3	Раздел 3. Практика наружной рекламы	ОПК-1	эссе	1. Наружная реклама в современном городе – какая она сейчас и какая должна быть?»

**4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

<b>Коды контролируемой компетенций</b>	<b>Вопросы /задания</b>
ОПК-1	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.</li><li>2. Функции рекламы. Закон РФ "О рекламе".</li><li>3. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.</li><li>4. Реклама и теория коммуникации. Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации.</li><li>5. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи.</li><li>6. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы.</li><li>7. Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида.</li><li>8. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.</li><li>9. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг).</li><li>10. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.</li><li>11. Товарный знак. Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".</li><li>12. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.</li></ol>
ОПК-5	<ol style="list-style-type: none"><li>13. Задачи иллюстрирования в рекламе. Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная.</li><li>14. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.</li><li>15. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста.</li><li>16. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов.</li><li>17. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм.</li><li>18. Особенности сочетаемости различных геометрических форм.</li><li>19. Формы связанные с содержанием рекламы по смыслу.</li><li>20. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы.</li><li>21. Виды иллюстраций. Заголовок. Карты. Логотип. Символы.</li></ol>

	<p>Коллаж.</p> <p>22. Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д.</p> <p>23. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе.</p> <p>24. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей.</p> <p>25. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов.</p>
--	---

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

#### **5.1.1. Основная литература**

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510712> (дата обращения: 11.05.2023).

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 11.05.2023).

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937> (дата обращения: 11.05.2023).

Кольшикина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшикина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025> (дата обращения: 11.05.2023).

Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511272> (дата обращения: 11.05.2023).

### **5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

№ №	Название электронного	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
--------	--------------------------	-------------------------------	----------------------------------

	<b>ресурса</b>		
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

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 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 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;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к дифференцированному зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

##### **5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

##### **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

<b>№ №</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная	Крупнейший российский информационно-	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>

	электронная библиотека eLIBRARY.ru	аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			