



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)  
Часть 3**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

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

**Направленность (профиль)  
Современные социальные коммуникации**

**Направленность (профиль)  
«Наименование направленности»**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Год начала подготовки по основной профессиональной образовательной  
программе**

**2019**



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета  
коммуникативного менеджмента

 И.В. Романов

25 июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ**

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

**Направленность  
Современные социальные коммуникации**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная, заочная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины **«История рекламы»** 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 8 июня 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, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

– 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;

– 06.013 «Специалист по информационным ресурсам».

Рабочая программа дисциплины «История рекламы» разработана рабочей группой в составе: доктора исторических наук, профессора Старостенкова Н.В.

Руководитель основной образовательной программы  
ученая степень, ученое звание,  
должность



М.В. Гундарин

(подпись)

Рабочая программа дисциплины **«История рекламы»** обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета  
кандидат психологических наук



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организации-работодателей:

Генеральный директор,  
коммуникационная группа Орга,  
президент EVENTИАДА WARDS

А. В. Сафронов

(подпись)

Руководитель специальных программ и специальных проектов,  
компания «Мегафон»

М.Ю. Мотин

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

К.э.н., доцент кафедры экономики  
Института повышения квалификации  
«Центр-ИПК»

Л.М.Архипцева

(подпись)

К.ф.н, доцент ФКМ РГСУ



В.А.Матанис

---

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата .....	5
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	20
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	20
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	20
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	222
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний об истории рекламы как социального института, истории становления рекламных технологий и развития рекламного бизнеса, необходимых для деятельности в профессиональной сфере и практических навыков, необходимых для решения задач профессиональной деятельности авторского типа.

Задачи дисциплины:

1. сформировать у студентов систематизированные базовые знания истории рекламы;
2. ознакомить студентов с основными персоналиями, кампаниями и технологиями, сыгравшими важную роль в становлении рекламы как сферы профессиональной деятельности;
3. способствовать осознанию студентами взаимосвязи истории рекламы 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. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

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

Изучение дисциплины «История рекламы» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Социология», «Введение в коммуникативные специальности», «Человек в коммуникативном пространстве», «Коммуникации в социальном пространстве и времени».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Исследования в коммуникации», «Корпоративная коммуникация», «Теория и практика рекламы».

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

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: ПКО-2, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Задача ПД	Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС, анализ опыта)
-----------	------------------------	---	------------------------------

**Тип задач профессиональной деятельности: авторский**

Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
---	---	---	--

**РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

**Очная форма обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	40	40
Учебные занятия лекционного типа	16	16
Практические занятия	24	24
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	68	68
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	36	36
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В</b>	<b>144</b>	<b>144</b>

ЧАСАХ					
Заочная форма обучения					
Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	3		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	16	12	4		
Учебные занятия лекционного типа	8	6	2		
Практические занятия	8	6	2		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	119	96	23		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	9		9		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>36</b>		

\* *Самостоятельная работа* – изучение студентами теоретического материала, подготовка к лекциям, лабораторным работам, практическим и семинарским занятиям, оформление конспектов лекций, написание рефератов, отчетов, курсовых работ, проектов, самостоятельная работа в электронной образовательной среде и др. для приобретения новых теоретических и фактических знаний, теоретических и практических умений.

*Виды самостоятельной учебной работы:* курсовой проект или курсовая работа, расчетно-графическая работа, написание реферата, выполнение типового расчета, домашнее задание (решение задач, перевод текста, конспектирование, составление обзора), подготовка к лабораторным работам и оформление отчетов, научно-исследовательская работа и т.п.

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

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
<b>Семестр 3</b>							
Раздел 1.1. История рекламы: от появления первых	92	58	34	14	20		





Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
аттестации (час)								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>96</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>								
<b>Модуль 2</b>								
Раздел 1.2. Современные тенденции развития рекламы	27	23	4	2	2			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по дисциплине (модулю)</b>	<b>144</b>	<b>119</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			

### 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	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр3</b>							

Раздел 1.1. История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института в XX в.	58	46	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 1.2. Современные тенденции развития рекламы	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>50</b>		<b>14</b>		<b>4</b>	

#### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Модуль 1.</b>							
Раздел 1.1. История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института в XX в..	96	84	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по модулю, часов</b>	<b>96</b>	<b>84</b>		<b>10</b>		<b>2</b>	
<b>Модуль 2.</b>							

Раздел 1.2. Современные тенденции развития рекламы	23	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по модулю, часов,</b>	<b>23</b>	<b>11</b>		<b>10</b>		<b>2</b>	
<b>Общий объем по дисциплине (модулю), часов</b>	<b>119</b>	<b>95</b>		20		4	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1.История рекламы: от появления первых проторекламных форм до становления рекламы в качестве важного социального института в XX в.

**Цель:**сформировать у студентов систематизированные базовые знания истории рекламы до XX в. и ознакомить их с основными персоналиями, кампаниями и технологиями, сыгравшими важную роль в становлении и развитии рекламы как социального института

#### Тема 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.

##### Вопросы для самоподготовки:

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?

#### Тема 2. Реклама в западноевропейской культуре: от средних веков до XX в.

##### 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 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.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Почему устная реклама стала ведущей формой рекламирования в западноевропейской средневековой культуре?
2. Какую роль играл институт глашатаев в средневековом европейском обществе?
3. Какую роль сыграло изобретение печати в развитии рекламной деятельности?
4. Какова была роль индустриального переворота XIX в. в развитии и расширении потребительских практик?
5. В чем заключалась сущность перелома, произошедшего в развитии рекламного процесса в XIX в. странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии.
6. Охарактеризуйте особенности рекламного бизнеса и рекламных кампаний в странах Европы в XX в.

#### **Тема 3. Развитие североамериканской рекламы в XIX– XX вв.**

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

Первый колониальный опыт в развитии североамериканской рекламы. Бенджамин Франклин – «отец рекламы» в США. Правовое регулирование рекламной деятельности. Негативные последствия рекламной деятельности: лживая реклама. Влияние рекламы на формирование американской культуры в XVIII-XIX вв. Индустриальная революция и интенсификация рекламного процесса. Реклама в прессе. Рекламные новации первой половины XIX в. Появление рекламных агентств. Политико-экономический подъем в США после Гражданской войны – новый этап развития рекламы. Появление общенациональной рекламы от имени производителей. Внедрение фабричных марок и фирменных знаков в США. Рекламное использование упаковки. Новые способы подачи рекламных текстов. Негативные последствия экспансии рекламы в США. Общественный протест против лживой и неэтичной рекламы на рубеже XIX-XX вв. Появление социальной рекламы в начале XX в. Государственное и саморегулирование рекламы. Сокращение рекламного бизнеса как следствие кризиса 30-х гг. XX в. Переоценка взглядов на рекламу. Создание Корпорации потребительских исследований в целях защиты потребителя от злоупотреблений со стороны рекламы. Деятельность Военно-рекламного совета в годы Второй мировой войны. Послевоенная реклама: маркетинговый подход в решении проблемы сбыта товаров. Появление радио- и телевизионной рекламы.

Теоретическое изучение механизмов рекламного воздействия. Работа Федеральной торговой комиссии США. Совершенствование механизма саморегулирования рекламы.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Какое влияние оказывала реклама на формирование американской культуры в XVIII-XIX вв.?
2. Какое воздействие оказала индустриальная революция на рекламный процесс в XIX в.?
3. Когда и почему начали появляться в Америке рекламные агентства? Кто были их организаторы?
4. В чем состояли причины появления социальной рекламы в начале XX в.?
5. Когда и почему была создана Корпорация потребительских исследований?
6. Как проходил процесс совершенствования механизма саморегуляции рекламы в США в XX в.?

### **Тема 4. Зарождение и развитие рекламы в России**

#### **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. 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. 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.

### **Вопросы для самоподготовки:**

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?

## **РАЗДЕЛ II. Современные тенденции развития рекламы**

**Цель:** сформировать у студентов представление о роли, значении и основных направлениях дальнейшего развития рекламы в современном мире

### **Тема 5. 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.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

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?

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

#### **Форма практического задания: реферат**

#### **Перечень тем рефератов к разделу 1:**

1. Протореклама и знако-символическая деятельность человека;
2. Формирование основных технологий и каналов рекламной коммуникации в античности;
3. Реклама и различные сферы жизнедеятельности античных полисов;
4. История зарождения основных рекламных жанров (афиши, плаката, вывески, торговой марки и рекламной акции) в античности;
5. Средневековый город как рекламное пространство;
6. Устная реклама – ведущая форма рекламирования в западноевропейской средневековой культуре;
7. Роль изобретения печати в развитии рекламной деятельности;
8. Индустриальный переворот XIX века и перелом в развитии рекламного процесса в странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии;
9. Развитие торгово-промышленной рекламы в Западной Европе второй половине XIX – начале XX вв.;

10. Североамериканская реклама XIX – начала XX в.: особенности рекламного процесса;
11. Реклама как социальный институт общества потребления;
12. Рекламный бизнес и рекламные кампании XX в.;
13. Влияние идей психологических школ XX века на стратегии рекламных кампаний;
14. Негативные последствия экспансии рекламы в США на рубеже XIX-XX вв.;
15. Возникновение рекламы на Руси;
16. Устное фольклорное рекламное творчество на Руси;
17. Лубочные традиции в российской рекламе;
18. Живописная вывеска в России: история появления и развития;
19. Реклама в российской прессе: история развития;
20. Реклама в России на рубеже XIX-XX вв.;
21. Советский период развития отечественной рекламы: 1917-1941 гг.;
22. Реклама в годы Великой Отечественной войны: 1941-1945 гг.;
23. Советский период развития отечественной рекламы: 1945-1991 гг.;
24. Постсоветский период развития отечественной рекламы;
25. Изменение содержания и формы рекламы с переходом Российской Федерации к рыночной экономике: конец XX – начало XXI в.;
26. Развитие системы маркетинговых коммуникаций в Российской Федерации на рубеже XX и XXI вв.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ II.**

**Форма практического задания: реферат**

### **Перечень тем рефератов к разделу 2:**

1. Роль и значение рекламы в XXI в.;
2. Современная реклама и основные глобальные тенденции ее развития в XXI в.
3. Виды и жанры современной рекламы;
4. Основные причины и последствия интеграции рекламы с другими средствами маркетинговых коммуникаций в XXI в.;
5. Социальная ответственность рекламистов в XXI в.;
6. Государственное регулирование рекламной деятельности в России и в мире в XXI в.;
7. Корпоративное регулирование рекламной деятельности в России и в мире в XXI в.;
8. Влияние потребителя на регулирование рекламной деятельности в России и в мире в XXI в.;
9. Расширение взаимодействия с потребителем в современной рекламе;
10. Особенности восприятия рекламы в средствах массовой информации;
11. Реклама в печатных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
12. Реклама в электронных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
13. Реклама в интернете: технологии, проблемы и перспективы;
14. Исследование эффективности рекламы в СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
15. Политическая реклама в России и в мире в XXI в.;
16. Социальная реклама в России и в мире в XXI в.;
17. Миссия и идеологические функции рекламы в современном мире;
18. Шедевры современного отечественного рекламного искусства

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя – указать какая.**



**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ II: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя – указать какая.**

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

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине**

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

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: основные принципы осуществления авторской деятельности в различных типах СМИ с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования знаний
		Уметь: применять в профессиональной деятельности знания, полученные в результате изучения дисциплины «История рекламы»	Этап формирования умений
		Владеть: навыками осуществления авторской деятельности с учетом специфики различных СМИ	Этап формирования навыков и получения опыта

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ПКО-2	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его

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

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

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

1. Историческая обусловленность возникновения и развития рекламы;
2. Истоки рекламной деятельности, понятие «проторекламы»;
3. «Протореклама» и знако-символическая деятельность человека;
4. Формирование основных технологий и каналов рекламной коммуникации в античности;
5. Реклама и различные сферы жизнедеятельности античных полисов;
6. Устная и письменная реклама в античности;
7. История зарождения основных рекламных жанров (афиши, плаката, вывески, торговой марки и рекламной акции) в античности;
8. Условия перехода информационных объявлений в рекламную сферу (сигнал, экспрессия и суггестия);
9. Настенная реклама;
10. Римская протогазета и межличностная реклама;
11. Средневековый город как рекламное пространство;
12. Информационные центры городов;
13. Проявление проторекламы в конфессиональной, социально-политической и ремесленнической сферах деятельности;
17. Профессионализация рекламы в процессе урбанизации;
18. Устная реклама – ведущая форма рекламирования в западноевропейской средневековой культуре;
19. Институт глашатаев в средневековом обществе;
20. Ярмарки и «дутая» реклама;
21. Способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городских властей средневекового города;
22. Саморегулирование рекламы в рамках корпоративных объединений в средневековом городе;
23. Религиозные и цеховые демонстративные акции – прообраз будущих рекламных акций;
24. Маркировка изделий: цеховая и торговая эмблематика, геральдическая символика;

40. Специфические формы средневековой изобразительной рекламы: живописные вывески и гравированные летучие листки;
41. Роль изобретения печати в развитии рекламной деятельности;
42. История появления первого печатного рекламного объявления;
43. Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта, прейскуранта, печатного «летучего листка», информационного письма, печатной афиши;
44. Развитие предплакатных видов изобразительной рекламы – гравюры, лубка, настенной живописи;
45. Вывеска как жанр наружной рекламы;
46. Информационные бюро – предшественники рекламных агентств;
47. Теофраст Рендо – основатель печатной рекламы в Европе;
48. Периодическая пресса и реклама в эпоху Нового времени;
49. Первые европейские рекламные кампании;
50. Влияние перехода к индустриально-массовому производству товаров и формирования потребительского общества на рекламный процесс в XIX в.;
51. Индустриальный переворот XIX века и коренные изменения в развитии рекламного процесса в странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии;
52. Развитие торгово-промышленной рекламы в Западной Европе второй половине XIX – начале XX вв.;
53. Основные направления развития и особенности рекламного процесса на рубеже XIX – XX вв. в Англии;
54. Основные направления развития и особенности рекламного процесса на рубеже XIX – XX вв. во Франции;
55. Основные направления развития и особенности рекламного процесса на рубеже XIX – XX вв. в Германии;
56. Бенджамин Франклин – «отец рекламы» в США;
57. Влияние рекламы на формирование американской культуры в XVIII-XIX вв.;
58. Появление рекламных агентств в Америке и их организаторы Уолни Палмер и Джон Хупер;
59. Североамериканская реклама XIX – начала XX в.: особенности рекламного процесса;
60. Появление общенациональной рекламы от имени производителей;
61. Реклама как социальный институт общества потребления;
62. Негативные последствия экспансии рекламы в США на рубеже XIX-XX вв.;
63. Общественный протест против лживой и неэтичной рекламы в США на рубеже XIX - XX вв.;
64. Рекламный бизнес и рекламные кампании XX в.;
65. Появление социальной рекламы в начале XX в.;
66. Деятельность Военно-рекламного совета США в годы Второй мировой войны;
67. Появление радио- и телевизионной рекламы;
68. Совершенствование механизма саморегулирования рекламы в США;
69. Влияние идей психологических школ XX века на стратегии рекламных кампаний;
70. Возникновение рекламы на Руси;
71. Устное фольклорное рекламное творчество на Руси. Ярмарочные рекламные интермедии;
72. Лубочные традиции в российской рекламе;
73. Живописная вывеска в России: история появления и развития;
74. Роль ежегодных ярмарок в развитии российской рекламы в конце XIX в.;
75. Реклама в российской прессе: история развития;
76. Активизация рекламного процесса в России на рубеже XIX-XX вв.;

77. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX вв.;
78. Зарождение кинорекламы в России и мире;
79. Мастерство киноплаката. Военная тематика в плакатной рекламе России;
80. Советский период развития отечественной рекламы: 1917-1941 гг.;
81. Реклама в годы Великой Отечественной войны: 1941-1945 гг.;
82. Советский период развития отечественной рекламы: 1945-1991 гг.;
83. «Перестройка» в СССР – новый этап в развитии российской рекламы;
84. Постсоветский период развития отечественной рекламы;
85. Изменение содержания и формы рекламы с переходом Российской Федерации к рыночной экономике: конец XX – начало XXI в.;
86. Формирование в 90-х годах XX века рекламного бизнеса как отрасли экономики России;
87. Развитие системы маркетинговых коммуникаций в Российской Федерации на рубеже XX и XXI вв.;
88. Роль и значение рекламы в XXI в.;
89. Современная реклама и основные тенденции ее развития в XXI в.
90. Виды и жанры современной рекламы;
91. Основные причины и последствия интеграции рекламы с другими средствами маркетинговых коммуникаций в XXI в.;
92. Социальная ответственность рекламистов в XXI в.;
93. Государственное регулирование рекламной деятельности в России и мире в XXI в.;
94. Корпоративное регулирование рекламной деятельности в России и мире в XXI в.;
95. Влияние потребителя на регулирование рекламной деятельности в России и мире в XXI в.;
96. Расширение взаимодействия с потребителем в современной рекламе;
97. Особенности восприятия рекламы потребителем в средствах массовой информации;
98. Реклама в печатных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
99. Реклама в электронных СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
100. Реклама в интернете: технологии, проблемы и перспективы;
101. Исследование эффективности рекламы в СМИ: технологии, проблемы и перспективы;
102. Политическая реклама в России и мире в XXI в.;
103. Социальная реклама в России и мире в XXI в.;
104. Миссия и идеологические функции рекламы в современном мире;
105. Шедевры современного отечественного рекламного искусства.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

#### **5.1.1. Основная литература**

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: 24.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст: электронный.

Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 473 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663> (дата обращения: 24.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9917-1. – DOI 10.23681/500663. – Текст: электронный.

Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (дата обращения: 24.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03458-9. – Текст: электронный.

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 15-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 538 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (дата обращения: 24.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03441-1. – Текст: электронный.

Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для вузов / С.В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/477847> (дата обращения: 24.02.2021).

Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR: учебное пособие: [16+] / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин; Институт бизнеса и дизайна. – Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> (дата обращения: 24.02.2021). – Библиогр: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст: электронный.

Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов: [16+] / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с.: ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 24.02.2021). – Библиогр: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-2116-8. – Текст: электронный.

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

<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
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
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки.	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения,	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
---	---	--

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа



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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

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

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины**

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

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

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

1. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная	Поиск по рефератам и полным	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>

	электронная библиотека eLIBRARY.ru	текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022. <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

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

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

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

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

**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**

*Указываются образовательные технологии, которые рекомендуется использовать при реализации различных видов учебной работы.*

При реализации дисциплины **«История рекламы»** применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины **«История рекламы»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины **«История рекламы»** предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины **«История рекламы»** 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.).

## 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 – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512	Протокол заседания Ученого совета факультета Протокол № 11 от «28» мая 2020 года	1.09.2020



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

**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Романов И.В.

28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Теория и практика рекламы**

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

**Направленность**  
***«Современные социальные коммуникации»***

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**  
***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**  
***Очная, заочная***

Москва 2020

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

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



М.В. Гундарин

(подпись)

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



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

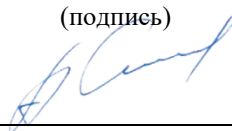


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

Согласовано

Научная библиотека, директор

---

(подпись)



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	33
1.1 Цель и задачи дисциплины .....	33
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования .....	33
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	35
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	35
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) .....	35
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	37
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	Ошибка! Значок не определен.
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	38
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	42
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	42
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	42
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	45
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	46
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	48
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	48
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины .....	48
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....	48
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	50
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) .....	52
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	53
5.6 Образовательные технологии.....	53
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	55



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

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

- ОПК-1
- ОПК-2
- ПК-2
- ПК-4

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

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------------------	-----------------	--------------------------	--

<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>ОПК-1</p>	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку 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</p>
<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>ОПК-2</p>	<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>
<p>Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-2</p>	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости,</p>

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

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

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

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

#### Очная форма обучения

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

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			

<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	16	16			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	6	6			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	128	128			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>	<b>Зачет</b>			
<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	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы рекламы	27	17	10	4	6
Раздел 2. Механизмы рекламы	27	17	10	4	6
Раздел 3. Планирование рекламы	27	17	10	4	6
Раздел 4. Технологии современной рекламы	27	17	10	4	6
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>				
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия

**Заочной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы рекламы	36	32	4	4	0
Раздел 2. Механизмы рекламы	36	32	4	2	2
Раздел 3. Планирование рекламы	36	32	4	2	2
Раздел 4. Технологии современной рекламы	36	32	4	2	2
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>128</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>6</b>

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия
Форма промежуточной аттестации	экзамен				

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

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся				
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час
<b>Осенний семестр</b>						

Раздел 1. Теоретические основы рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 3. Планирование рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 4. Технологии современной рекламы	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	12	Практическое задание	2	тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>104</b>	<b>48</b>		<b>48</b>		<b>8</b>	

#### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Осенний семестр</b>							

Раздел 1. Теоретические основы рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 3. Планирование рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 4. Технологии современной рекламы	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельно и изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>128</b>	<b>60</b>		<b>60</b>		<b>8</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы рекламы

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

#### Перечень изучаемых элементов содержания

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

#### Вопросы для самоподготовки:

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

#### РАЗДЕЛ 2.. Механизмы рекламы

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



### **Перечень изучаемых элементов содержания**

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

### **РАЗДЕЛ 3. Планирование рекламы**

**Цель:** ознакомить с основами деятельности по планированию рекламных процессов

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

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

### **РАЗДЕЛ 4. Технологии современной рекламы**

**Цель:** познакомить с особенностями основных технологий современной рекламы.

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

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

Проанализировать основные факторы социального влияния рекламы

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

Проанализировать на примерах действие базовых механизмов рекламы.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

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

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Разработать бриф для рекламной кампании

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

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

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

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

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

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

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

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и	Этап формирования знаний

		<p>платформ</p> <p>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</p>	Этап формирования умений
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p>
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной	Этап формирования знаний

	социальной ответственности	социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования умений  Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний  Этап формирования умений  Этап формирования навыков и получения опыта

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

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

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

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Реклама в античном обществе
2. Европейская реклама в период Средневековья
3. Реклама эпохи Возрождения
4. История рекламы в России

5. Сущность и задачи рекламы
6. Виды рекламы
7. Сущность и специфика социальной рекламы
8. Рекламный процесс и его участники
9. Реклама в системе маркетинговых концепций
10. Реклама в прессе
11. Реклама на телевидении
12. Реклама на радио
13. Наружная и транзитная реклама
14. Реклама в кинотеатрах
15. Полиграфическая реклама
16. Реклама в сети Интернет
17. Рекламные сувениры
18. Прямая почтовая реклама
19. Основы разработки рекламных обращений
20. Виды рекламной кампании и основные этапы планирования
21. Определение рекламной стратегии
22. Типы рекламных стратегий
23. Методы формирования рекламного бюджета
24. Рекламные исследования
25. Эффективность рекламы
26. Мировой рынок рекламы
27. Российский рекламный рынок
28. Международная реклама
29. Специфика восприятия рекламы в некоторых странах
30. Рекламная деятельность промышленных предприятий
31. Мерчандайзинг
32. Особенности рекламной деятельности туристических фирм
33. Реклама банковских услуг

34. Правовое регулирование рекламной деятельности в России
35. Социально-этическое регулирование рекламной деятельности в России
36. Роль рекламы в современном мире
37. Перспективы развития рекламы в России и мире
38. Характеристика рекламной деятельности как объекта управления
39. Выставки и ярмарки как средства рекламного воздействия
40. Кросскультурный анализ рекламной коммуникации

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

#### **5.1.1. Основная литература**

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



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

### 5.1.2 Дополнительная литература

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

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

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7093-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451340>

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

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

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-	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ

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

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении

заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

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

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

5. Персональные компьютеры;
6. Средства доступа в Интернет;
7. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

2. Microsoft Office (Word, Excel) и др.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования –	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей,	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.

7.	Scopus: Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	опубликованных в научных изданиях. Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.
----	--	--	--

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

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

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

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

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

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины «*Спонсорство и фандрайзинг*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «*Спонсорство и фандрайзинг*» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных

занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

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

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

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

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
2.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



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

**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Романов И.В.

28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Теория и практика связей с общественностью**

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

**Направленность**  
*«Современные социальные коммуникации»*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**  
***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**  
*Очная, заочная*

Москва 2020



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

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



М.В. Гундарин

(подпись)

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



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

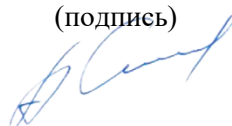


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической  
работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	33
<b>1.1 Цель и задачи дисциплины</b> .....	33
<b>1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования</b> .....	33
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	35
<b>2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося</b> .....	35
<b>2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)</b> .....	35
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	37
<b>3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине</b> Ошибка! Закладка не определена.	8
<b>3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине</b> .....	38
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	42
<b>4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)</b> .....	42
<b>4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы</b> .....	42
<b>4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания</b> .....	45
<b>4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b> .....	46
<b>4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций</b> .....	48
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	48
<b>5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины</b> .....	48
<b>5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b> .....	48
<b>5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины</b> .....	50
<b>5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)</b> .....	52
<b>5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)</b> .....	53
<b>5.6 Образовательные технологии</b> .....	53
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	55

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

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

ПК-2

ПК-4

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

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости,

			доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

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

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

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

#### Очная форма обучения

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

### Заочная форма обучения

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

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Контроль промежуточной аттестации (час)	36				
Общий объем, часов	144	68	40	16	24
Форма промежуточной аттестации	Экзамен				

*Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	36	32	4	4	0
Раздел 2. Механизмы связей с общественностью	36	32	4	2	2
Раздел 3. Планирование связей с общественностью	36	32	4	2	2

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

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

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся				
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час



Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционны м и практически м занятиям, самостоятел ьное изучение раздела в ЭИОС	12	Практичес кое задание	2	тестирован ие
Раздел 2. Механизмы связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционны м и практически м занятиям, самостоятел ьное изучение раздела в ЭИОС	12	Практичес кое задание	2	тестирован ие
Раздел 3. Планирование связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционны м и практически м занятиям, самостоятел ьное изучение раздела в ЭИОС	12	Практичес кое задание	2	тестирован ие
Раздел 4. Технологии современных связей с общественностью	26	12	Подготовка к лекционны м и практически м занятиям, самостоятел ьное изучение раздела в ЭИОС	12	Практичес кое задание	2	тестирован ие
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>104</b>	<b>48</b>		<b>48</b>		<b>8</b>	

*Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 2. Механизмы связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование
Раздел 3. Планирование связей с общественностью	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Практическое задание	2	тестирование

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

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы связей с общественностью

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

##### Перечень изучаемых элементов содержания

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

##### Вопросы для самоподготовки:

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

#### РАЗДЕЛ 2.. Механизмы пиара

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

##### Перечень изучаемых элементов содержания

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

##### Вопросы для самоподготовки:

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

#### РАЗДЕЛ 3. Планирование в связях с общественностью

**Цель:** ознакомить с основами деятельности по планированию пиар-процессов

**Перечень изучаемых элементов содержания.**

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

**Вопросы для самоподготовки:**

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

#### **РАЗДЕЛ 4. Технологии современного пиара**

**Цель:** познакомить с особенностями основных технологий современного пиара

**Перечень изучаемых элементов содержания.**

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

**Вопросы для самоподготовки:**

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

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

Проанализировать основные факторы социального влияния пиара

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

Проанализировать на примерах действие базовых механизмов пиара

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

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

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

Разработать бриф для пиар-кампании

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – эссе**  
«Пиар в социальном пространстве: благо или зло?»

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

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

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

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

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

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

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний  Этап формирования умений  Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний  Этап

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

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

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

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

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

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



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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

##### **5.1.1. Основная литература**

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

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

##### **5.1.2 Дополнительная литература**

Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453280>

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

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

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

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов 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="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.  <a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</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
Единое окно доступа к образовательным	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ

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

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

Самостоятельная работа.

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

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

##### 5.4.1. Средства информационных технологий

8. Персональные компьютеры;
9. Средства доступа в Интернет;
10. Проектор.

##### 5.4.2. Программное обеспечение

3. Microsoft Office (Word, Excel) и др.

##### 5.4.3. Информационные справочные системы

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.

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

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

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

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

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

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

### **5.6 Образовательные технологии**

При реализации дисциплины «*Спонсорство и фандрайзинг*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

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

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

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

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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
3.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В. Романов

\_\_\_\_\_ 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Стратегический маркетинг*

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

**Направленность**  
*Современные социальные коммуникации*

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Квалификация**  
*Бакалавр*

**Форма обучения**  
*Очная*

*Заочная*

Москва 2020



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

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

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

(подпись)

И.О. Фамилия  
М.В. Гундарин

к.филол.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

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

Протокол № 11 от 28 мая 2020 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание

(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:  
ученая степень, ученое звание,  
должность, место работы

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп  
ученая степень, ученое звание,  
должность, место работы

(подпись)

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,  
Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор

(подпись)

И.О.Фамилия  
А.А.Сафронов

И.Г.Маляр

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины .....	6
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	10
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины .....	22
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	24
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	25
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	26
5.6. Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

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

Задачи учебной дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

- Интернет-маркетинг и т.д.

### 1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Знает специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.
			ПКО-2.2. Умеет применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.
			ПКО-2.3. Владеет навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>40</b>	<b>40</b>			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0			

Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68				
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>				

#### Заочная форма обучения

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

## 2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

#### Очная форма обучения

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

Тема 2.2.								
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	27	17	10	4	6	0	0	
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
<b>Раздел 4. Маркетинговые коммуникации</b>	27	17	10	4	6	0	0	
Тема 4.1.								
Тема 4.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
<b>Семестр 2</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
<b>Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге.</b>	36	32	4	2	2	0	0

<b>Ценообразование и организация сбыта</b>								
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>96</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>								
<b>Семестр 3</b>								
<b>Раздел 4.</b>	27	23	4	2	2	0	0	
Тема 4.1.								
Тема 4.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>119</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

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

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Исследовательская работа

<b>Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 4. Маркетинговые коммуникации</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческое задание	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>28</b>		<b>32</b>		<b>8</b>	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>68</b>	<b>28</b>		<b>32</b>		<b>8</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 2</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинговая среда</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Исследовательская работа



<b>Раздел 2. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>96</b>	<b>45</b>		<b>45</b>		<b>6</b>	
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 4. Маркетинговые коммуникации</b>	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>23</b>	<b>10</b>		<b>11</b>		<b>2</b>	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>119</b>	<b>55</b>		<b>56</b>		<b>8</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГА. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

##### Тема 1.1.

##### Цель:

##### Перечень изучаемых элементов содержания

1.

##### Вопросы для самоподготовки:

1.

Исследовательская

##### Тема 1.2.

##### Цель:

##### Перечень изучаемых элементов содержания

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

**Форма практического задания:** реферат.

Перечень тем реферата:

1.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.**

**Форма рубежного контроля:** исследовательская работа.

Тема:

Условия задания:

**РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СЕГМЕНТАЦИЯ  
РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА**

**Тема 2.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

**Тема 2.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма практического задания:** ситуационное задание.

Тема:

Условия задания:

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма рубежного контроля:** организационно-управленческая работа.

Тема:

Условия задания:

## **РАЗДЕЛ 3. ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА**

### **Тема 3.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

### **Тема 3.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма практического задания:** ситуационное задание.

**Тема:**

**Условия задания:**

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма рубежного контроля:** организационно-управленческая работа.

**Тема:**

**Условия задания:**

## **РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

### **Тема 4.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

### **Тема 4.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

1.

**Вопросы для самоподготовки:**

1.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4.**

**Форма практического задания:** творческое задание.

**Тема:**

**Условия задания:**

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4.

**Форма рубежного контроля:** компьютерное тестирование.

Примеры вопросов контрольного теста:

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

#### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

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

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

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

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

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПКО-2	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе,

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

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

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

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

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

### **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

##### **5.1.1. Основная литература**

1. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2016. 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>.
2. Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг: Учебное пособие. М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2018. 440 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>.

##### **5.1.2. Дополнительная литература**

1. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. М.: Юрайт, 2019. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425174>.
2. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 474 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426253>.
3. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум для академического бакалавриата 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>.
4. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 521 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450105>.
5. Давыденко Е.А., Евневич М.А. Маркетинг в информационном обществе: Учебное пособие. М.: Креативная экономика, 2018. 169 с.: табл., граф., схем., ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917>.
6. Ким С.А. Маркетинг: Учебник. 2-е изд. М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2017. 258 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>.

7. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие. 8-е изд. М.: Дашков и К°, 2018. 148 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>.

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ



### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины**

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

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

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

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

#### Подготовка к учебному занятию лекционного типа

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

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

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

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

преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### Самостоятельная работа

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

### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

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

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

#### **5.4.2. Программное обеспечение**

1. пакет офисных приложений Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint и др.);
2. менеджер проектов Microsoft Project;
3. приложение для телекоммуникации (Skype, Zoom и т.п.).

#### **5.4.3. Информационные справочные системы**

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

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

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

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

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

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

### 5.6 Образовательные технологии

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

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

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

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

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

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
4.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания Ученого совета факультета № 11 от 28 мая 2020 г.	1.09.2020



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета коммуникативного менеджмента

/Романов И.В.

«28 мая 2020 г.

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

**Наименование образовательной программы  
Реклама и связи с общественностью**

**Направленность программы:  
Современные социальные коммуникации**

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

**Уровень образования  
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ – УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА**

**Наименование квалификации  
БАКАЛАВР**

**Очная форма обучения, заочная форма обучения**

**Москва 2020**

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

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



М.В. Гундарин

(подпись)

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



И.В. Романов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

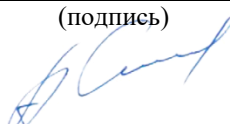


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

\_\_\_\_\_  
(подпись)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

\_\_\_\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины. ....	104
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы. ....	104
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	104
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	105
3. Содержание учебной дисциплины .....	107
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	109
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине .....	113
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине. ....	122
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	20
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. ....	1233
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	1255
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	1306
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины. ....	1308
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины .....	30
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	31
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	32
9.1. Информационные технологии .....	33
9.2. Программное обеспечение (при необходимости) .....	34
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости) .....	34
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине.....	35
11. Образовательные технологии .....	36
12. Лист регистрации изменений .....	37

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

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

Задачи учебной дисциплины:

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

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

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

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

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

**1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы**

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----	------------------------	---------------------



компетенции		
ПК-1	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: специфику организации и медиа сопровождения мероприятий
		Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
		Владеть: основными технологиями рекламной, выставочной, event-деятельности
ПК-2	способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Знать: характер процессов обеспечения качества и эффективности мероприятий
		Уметь: управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий
		Владеть: методами планирования и проведения мероприятий
ПК-3	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: проблемы управления рисками
		Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
		Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический

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

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

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		7	8			
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>72</b>	<b>32</b>	<b>40</b>			

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

заочная форма обучения

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

<b>дифференцированный зачет, экзамен)</b>			
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

### 3. Содержание учебной дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет - 324 часа.

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

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

рекламного и PR мероприятия						
Раздел 2.6 Освещение хода мероприятия	36	30	6	0	6	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>216</b>	<b>176</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>					

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

### 3.2. Учебно-тематический план по заочной форме обучения

Объем учебных занятий составляет - 324 часа.

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

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия
1	2	3	4	5	6	7	8
Организация событий в сфере рекламы и PR, 7 семестр							
1.	<b>Раздел 1. Понятие и типология рекламного мероприятия</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		
2.	Тема 1.1 Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно-правовая база проведения мероприятий	18	16	2	2		
3.	Тема 1.2. Типология мероприятий	18	16	2	2		
4.	<b>Раздел 2. Управление рекламными и PR мероприятиями</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	
5.	Тема 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	18	14	4	2	2	
6.	Тема 2.2. Управление мероприятием	18	16	2		2	
7.	<b>Раздел 3. Подведение результатов рекламных и PR мероприятий</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	
8.	Тема 3.1. Логистика мероприятия	18	14	4	2	2	
9.	Тема 3.2. Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	18	16	2		2	
<b>Общий объем, часов</b>		<b>108</b>	<b>92 (38+54)</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	
Форма промежуточной аттестации		Экземе	<b>54 часа</b>				

		н				
Медийное сопровождение событий в сфере рекламы и PR, 8 семестр						
1.	Раздел 1. Подготовка и размещение анонсов	36	34	2		2
2.	Раздел 2. Освещение хода мероприятия	36	30	6	2	4
3.	Раздел 3. Организация фото и видео сопровождения	36	34	2		2
4.	Раздел 4. Итоговое размещение информации по гонке (Интернет и пишущая пресса)	36	32	4	2	2
5.	Раздел 5. Радио трансляции гонки с акцентом на команду	36	32	4	2	2
6.	Раздел 6. Подготовка презентаций для спонсоров, иллюстрированных брошюр, буклетов	36	34	2		2
Общий объем, часов		216	196 (142+54)	20	6	14
Форма промежуточной аттестации		Экзамен	54 часа			

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

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Модуль 1 (семестр 7)</b>								
Раздел 1.1 Понятие «событие»	26	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18

Раздел 1.2 Понятие «рекламное мероприятие». Нормативно- правовая база проведения мероприятий	24	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Раздел 1.3 Типология мероприятий	26	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
<b>Общий объем, часов</b>	<b>76</b>	<b>8</b>		<b>8</b>		<b>6</b>		<b>54</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>							
<b>Модуль 2 (семестр 8)</b>								
Раздел 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.2 Управление мероприятием	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.3 Логистика мероприятия	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.4 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	28	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2.5 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	28	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6

Раздел 2.6 Освещение хода мероприятия	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Общий объем, часов</b>	<b>176</b>	<b>64</b>		<b>64</b>		<b>12</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>							

заочная форма обучения

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

Форма промежуточной аттестации	экзамен						
<b>Модуль 2 (семестр 8)</b>							
Раздел 2.1 Планирование рекламных и PR мероприятий	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.2 Управление мероприятием	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.3 Логистика мероприятия	30	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.4 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	30	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.5 Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия	10	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.6 Освещение хода мероприятия	12	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем, часов</b>	<b>142</b>	<b>64</b>		<b>64</b>		<b>12</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						



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

### **Модуль 1. Организация событий в сфере рекламы и PR**

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

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

#### **1. Организация событий в сфере рекламы и PR**

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

##### **1.2. Типология мероприятий**

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

##### **1.3. Планирование рекламных и PR мероприятий**

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

##### **1.4. Управление мероприятием.**

##### **1.5. Логистика мероприятия.**

##### **1.6. Анализ и подведение итогов рекламного и PR мероприятия**

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Цели и задачи рекламных мероприятий.
2. Основные характеристики целевой аудитории
3. Классификация рекламных мероприятий
4. Этапы планирования рекламного мероприятия
5. Организация и проведение фестиваля
6. Организация и проведение конференции
7. Организация и проведение выставки
8. Организация и проведение btl- мероприятий
9. Организация и проведение лотереи
10. Правовое регулирование рекламных мероприятий
11. Правовое регулирование лотерей, как составной части рекламного мероприятия

12. Особенности ведения проекта
13. Управление мероприятием
14. Логистика мероприятия
15. Психологические основы выставочной деятельности

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

## **Модуль 2. Медийное сопровождение событий в сфере рекламы и PR**

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

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

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

### **Задание 1**

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

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

Шаблон брифа:

**Креативный бриф для разработки \_\_\_\_\_**

Компания:

Продукт компании:

Дата составления брифа:

Контактная информация:

---

### **1. ПРЕДИСТОРИЯ ПРОЕКТА**

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

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

- 1.1 Причины реализации проекта:
- 1.2 Опыт ранних проектов:
- 1.3 Положительные и отрицательные моменты:
- 1.4 Достигнутые результаты прошлых проектов:

---

### **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ТЕКУЩЕЙ КОММУНИКАЦИИ**

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

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

*Опишите планируемую отдачу от проекта?*

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

- 2.1 Коммуникационные цели проекта:
- 2.2 Выгода для бизнеса:
- 2.3 Ожидаемый результат от проекта:
- 2.4 Задачи агентства:

---

### **3. ОСНОВНАЯ МЫСЛЬ СООБЩЕНИЯ**

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

*Опишите, какие эмоции должен испытать потребитель, после взаимодействия с*

*рекламным сообщением, что он должен почувствовать?*

3.1 Основная мысль в 1 предложении:

3.2 Основные эмоции потребителя:

#### **4. ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ (ПРОЕКТА)**

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

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

#### **5. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ**

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

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

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

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

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

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

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

5.1 Описание текущих потребителей:

5.2 Описание потребителей коммуникации:

5.3 Описание тех, кто никогда не купит товар:

5.4 Основные потребности, желания и проблемы целевой аудитории

5.5 Основные требования к свойствам товара:

5.6 Описание процесса покупки:

5.7 Наиболее вероятные причины отказа от покупки товара:

#### **6. ПРОШЛЫЕ КОММУНИКАЦИИ КОМПАНИИ**

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

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

#### **7. ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ И РЫНКА**

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

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

7.2 Род деятельности и история развития компании:

7.3 Положение на рынке компании или отдельных товаров:

7.4 Награды, достижения, отзывы

## **8. УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА**

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

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

8.1 Источники роста для бизнеса:

8.2 Угрозы для бизнеса:...

## **9. ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ**

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

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

9.1 Бизнес цели:

9.2 Маркетинговые цели:

## **10. АССОРТИМЕНТ И СТРУКТУРА ПРОДАЖ**

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

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

10.2 Описание каждого продукта (услуги) подробно:

продукт 1:

продукт 2:

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

## **11. ЦЕНОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ**

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

## **12. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА**

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

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

## **13. ХАРАКТЕР И ИМИДЖ КОМПАНИИ (ОТДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ)**

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

## **14. КОНКУРЕНТЫ**

*Перечислите основных конкурентов: компании, с которыми вы соперничаете за получение текущих и потенциальных клиентов. По каждому конкуренту напишите краткую характеристику: что это за компания, по каким товарам вы с ней конкурируете. Если*

***сравнивать ваш проект с подобными проектами конкурентов, в чем ваш проект должен быть лучше?***

Название компании 1:

Описание компании 1:

По каким товарам конкурируете:

В чем вы хотите быть лучше:

### **15. ХОРОШИЕ ПРИМЕРЫ**

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

### **16. БЮДЖЕТ**

***Укажите ограничения по бюджету на проект (в руб.)***

### **17. СРОКИ И ФОРМАТ РАБОТЫ**

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

## **Задание 2**

***Выберите из предложенных вариантов правильный ответ:***

1.Аффинити – это:

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

2.Баннер - это:

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

3.Бренд – это:

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

4.Брифинг – это:

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

5.Директ-маркетинг - это:

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

6.Джинса – это:

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

7. Отстройка – это:

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

8. Позиционирование – это:

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

9. Слоган – это:

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

10. Пресс-релиз – это:

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

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

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

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

ББК 76.006.5

УДК 304.2

*О. Г. Габышева, В. В. Корнилова*

*г. Якутск, СВФУ*

*O. Gabysheva, V. Kornilova*

*Yakutsk, NEFU*

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

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

**Ключевые слова:** медиарилейшнз; средства массовой информации; технология; технология медийного сопровождения.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Цель технологии — комплексная разработка решений по продвижению новостной информации.

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

На 3 этапе — проведено мероприятие.

На 4 этапе — оценена эффективность работы.

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

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

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

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

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

### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине**

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

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
ОПК-2	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: специфику организации и медиа сопровождения мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Этап формирования умений
		Владеть: основными технологиями рекламной, выставочной, event-деятельности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и	Знать: характер процессов обеспечения качества и эффективности мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: методами планирования и проведения мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта

	мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность		
ПК-12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: проблемы управления рисками	Этап формирования знаний
		Уметь: осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: процессом анализа мероприятия, включающего (состоящего) семь аспектов экспертизы: коммерческий, технический, институциональный, экологический, социальный, финансовый и экономический	Этап формирования навыков и получения опыта

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
<b>ОПК – 2, ПК - 1, ПК - 12</b>	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические

			<p>положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
<b>ОПК – 2, ПК - 1, ПК - 12</b>	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание</p>
<b>ОПК – 2, ПК - 1, ПК - 12</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность,</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание</p>

		умение обобщать и излагать материал.	выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
--	--	--------------------------------------	---

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

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

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

Задание 1

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

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

Задание 2 .

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

**Кейс “Event-менеджмент для совместного семинара с Mail.ru”**

**Рекламные каналы мероприятия**

**Теленеделя**

- Фотоотчеты
- Видеорепортажи
- Интервью
- Статьи
- Конкурсы

ВЫБЕРИТЕ ТЕМУ ▾

#### ОБСУЖДЕНИЯ

3 мая - авторский вечер Мурада Кажлаева

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

Открытый Кубок Волгоградской области по бильярдному спорту

Гость: Обязательно придем поболеть за волгоградцев!

Мастер-класс от Елены Летучей

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

GIDM.RU > Журнал

## Долой древние методы продвижения!

03.04.2015 | КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ



**КАПЛЯ РЕКЛАМЫ 15.3**


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

**БЕСПЛАТНЫЙ**  
семинар по новым трендам в интернет-маркетинге от:

@mail.ru group  
**INTERVOLGA.RU**

Открытый семинар ИНТЕРВОЛГА и Mail.ru Group

## Совет директоров Волгограда



Городская общественная организация промышленных предприятий «Совет директоров Волгограда»





16+

Ваши предложения  
Здесь вы можете оставить свои предложения  
Оставить предложение

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

Подписка на рассылку  Подписка

**Новости**

 03.04.2015 <a href="#">В Волгограде пройдет промышленная выставка</a>	 02.04.2015 <a href="#">Местным производителям расскажут о преимуществах отечественных смазочных материалов</a>
 03.04.2015 <a href="#">Новые тренды интернет-маркетинга</a>	 02.04.2015 <a href="#">День поля в Волгограде</a>



03.04.2015

Новые тренды интернет-маркетинга



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

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

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

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

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

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

### Блокнот Волгоград

[bloknot-volgograd.ru/afisha/shares/open\\_seminar\\_and\\_intervolve\\_mail\\_ru\\_group-591606/](http://bloknot-volgograd.ru/afisha/shares/open_seminar_and_intervolve_mail_ru_group-591606/)



НОВОСТИ

АФИША

НАШИ КОНКУРСЫ

НАРОДНЫЙ РЕПОРТЁР

## Открытый семинар ИНТЕРВОЛГА и Mail.ru Group

58 минут назад



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

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

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

Из приятных сюрпризов:

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

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

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

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

### Медийная реклама в сервисах Mail.ru



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

### Внутренние каналы

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

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

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

1 кампания: на лояльных слушателей наших семинаров

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

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

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

Смета мероприятия

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

### *Итоги кейса и в целом нашего event-менеджмента*

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

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

Регистраций на семинар: 116

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

Собрано анкет: 35

Послано КП: 22

Лидов: 6

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

Еще:

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

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

Качество работы зависит от

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

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

Результаты исследования оформляются в виде отчета. Его основные разделы:

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

Контрольная работа должна иметь следующее структуру:

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

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

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

### **6.1. ОСНОВНАЯ**

#### **6.1. Основная литература**

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

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

#### **6.2.Дополнительная литература**

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 10.12.2020).

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517> (дата обращения: 10.12.2020).

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

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

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
Научное наследие России  Электронная библиотека учебников  Cyberleninka	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.  На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.   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	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a>  100% доступ  <a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a>  100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a>  100% доступ

<p>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</p>	<p>текстами.</p> <p>Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования</p>	<p><a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a></p> <p>100% доступ</p>
<p>Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии</p>	<p>Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.</p>	<p><a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a></p> <p>100% доступ</p>
<p>Библиотека юридической литературы</p>	<p>Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).</p>	<p><a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a></p> <p>100% доступ</p>

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

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

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

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе <http://biblioclub.ru>, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

- вносите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

- попытайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

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

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

- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

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

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-

методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

Подготовка к зачету.

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

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

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

## **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

### **9.1. Информационные технологии**

11. Персональные компьютеры;
12. Доступ к интернет
13. Проектор.

### **9.2. Программное обеспечение**

Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

### **9.3. Информационные справочные системы**

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

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»	Журналы издательства «Гребенников».	<a href="http://grebennikon.ru/">http://grebennikon.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276

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



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

## 10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

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

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

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

## 11. Образовательные технологии

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

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

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

## 12. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
5.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Романов И.В.  
28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Организация деятельности коммуникационного агентства**

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

**Направленность**  
***«Современные социальные коммуникации»***

**Программа бакалавриата:**  
***«Современные социальные коммуникации»***

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**  
***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**  
***очная***

Москва 2020

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

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

М.В. Гундарин

\_\_\_\_\_  
(подпись)

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



И.В. Романов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

\_\_\_\_\_

---

(подпись)

Согласовано



И.Г. Маляр

Научная библиотека, директор

---

(подпись)

# СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) .....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата /магистратуры/специалитета</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата/магистратуры/специалитета</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	7
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) .....	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) .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28

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

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

- ПКО-1
- ПКО-2
- ПКО-3
- ПК-2
- ПК-4

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

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

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПКО-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании ПКО-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости,



		ответственности	доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации

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

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

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

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>		40			
Учебные занятия лекционного типа		16			
Практические занятия		24			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					

Самостоятельная работа обучающихся, всего		68			
Контроль промежуточной аттестации (час)		36			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</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					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>Осенний семестр</b>								
Раздел 1 Содержание работы агентства				4	6			
Раздел 2. Управление агентством				4	6			
Раздел 3. Управление проектами в агентстве				4	6			
Раздел 4. Продвижение услуг агентства				4	6			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен							

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

### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

#### Очной формы обучения

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

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

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. Содержание работы агентства

**Цель:** формирование системы знаний о работе коммуникационного агентства

#### Перечень изучаемых элементов содержания

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

#### Вопросы для самоподготовки:

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

## **РАЗДЕЛ 2. Управление агентством**

**Цель:** формирование понятия о процессе планирования деятельности агентства.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

## **РАЗДЕЛ 3. Управление проектами в агентстве**

**Цель:** ознакомить с основами управления проектами

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

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

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

## **РАЗДЕЛ 4. Продвижение услуг агентства**

**Цель:** освоить формы продвижения услуг коммуникационного агентства

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

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

### **Вопросы для самоподготовки:**

Сложные кейсы.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

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

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

Разработать стратегию продвижения услуг коммуникационного агентства

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

Составьте медиа-досье

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

Составьте бриф на ведение коммуникационной сопровождения клиента

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля –**

Тестирование

- 1) Что не является источником средств в фандрайзинге
  - А) частное лицо
  - Б) фонд
  - В) НКО
  - Г) государственная организация
  
- 2) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчётом об их использовании - это
  - А) спонсорство
  - Б) грант
  - В) эндаумент фонд
  - Г) благотворительность
  
- 3) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
  - А) 39
  - Б) 38
  - В) 13
  - Г) 23
  
- 4) Самый распространенный источник финансирования НКО
  - А) коммерческие организации
  - Б) государственные органы
  - В) благотворительные фонды
  - Г) частные лица

- 5) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
- А) пожертвование
  - Б) грант
  - В) эндаумент
  - Г) краудфандинг

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –**

### Тестирование

1. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов
- А) льготы по налогообложению
  - Б) повышение имиджа
  - В) развитие местного сообщества
  - Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?

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

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

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

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

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

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

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

Г) ни то ни другое

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля –**  
Тестирование

1. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов
- А) льготы по налогообложению
  - Б) повышение имиджа
  - В) развитие местного сообщества
  - Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?
- а) нравственные мотивы;
  - б) рост доверия потребителей;
  - в) реклама;
  - г) любовь к искусству;
  - д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?
- а) корпоративный фонд;
  - б) социальные инвестиции;
  - в) спонсорство;
  - г) денежные гранты;
  - д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:
- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
  - б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
  - в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
  - г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
  - д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области
- А) гуманитарных наук
  - Б) естественных наук
  - В) и то и другое
  - Г) ни то ни другое

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля –**  
Тестирование

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

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

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

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



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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		ПКО-1.2 Уметь проводить коммуникационные кампании	Этап формирования умений
		ПКО-1.3 Владеть навыком реализации коммуникационных проектов	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного	Этап формирования знаний
		ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Этап формирования умений
		ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных	Этап формирования умений

		технологий маркетинговых коммуникаций	
		ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
		ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования умений
		ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
		ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования умений
		ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования навыков и получения опыта

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

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

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

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Основные этапы работы на интегрированных проектах
2. Анализ работы текущего агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.
3. Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности, позиционирование.

4. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта(ов), человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги).

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

6. Типы рекламных кампаний и методики оценки эффективности в зависимости от задач.

7. Стандартные инструменты измерения здоровья бренда

8. Проектирование структуры рекламного отдела в зависимости от задач и структуры бизнеса. Определение ролей сотрудников, иерархия, набор компетенций.

9. Типы рекламных/коммуникационных агентств

10. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентства, форматы клиентского взаимодействия.

11. Оценка эффективности работы коммуникационного агентства (со стороны клиентов, со стороны акционеров).

12. Коммуникационные стратегии.

13. Стейкхолдеры и организация коммуникаций с ними.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

#### **5.1.1. Основная литература**

Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-

534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450229> (дата обращения: 08.12.2020).

Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450048> (дата обращения: 03.12.2020).

### 5.1.2. Дополнительная литература

Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07425-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451359> (дата обращения: 08.12.2020).

Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457256> (дата обращения: 03.12.2020).

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов 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="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.  <a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная	На сайте представлены учебники,	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a>

библиотека учебников	лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

Самостоятельная работа.

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

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

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



14. Персональные компьютеры;
15. Средства доступа в Интернет;
16. Проектор.

#### 5.4.2. Программное обеспечение

4. Microsoft Office (Word, Excel) и др.

#### 5.4.3. Информационные справочные системы

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

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

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

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

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

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

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

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

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

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

Учебные часы дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и

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

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

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
б.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



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

 УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В. Романов  
28 мая 2020 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА**

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

**Направленность**  
**Современные социальные коммуникации**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**  
***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**  
***Очная, заочная***

Москва 2020

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

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



М.В. Гундарин

(подпись)

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



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

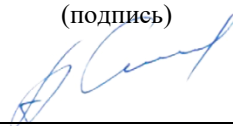


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	5
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i> .....	5
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	28
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине .....	28
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	28
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	30
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	31
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	36
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	37
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	37
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	38
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	40
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	44

# РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи учебной дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория общепрофессиональных компетенций	Код общепрофессиональной компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из



		в команде	<p>стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>
Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>
Медиакоммуникационная система	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие

		медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
Распространение общечеловеческих ценностей с помощью журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС	0	0			
Иная контактная работа	32	32			

Самостоятельная работа обучающихся, всего	72	72			
Контроль промежуточной аттестации (час)	0	0			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	144			

**Заочная форма обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Курс			
		1	2		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4		
Практические занятия	8	4	4		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	16	8	8		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>108</b>	56	52		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>4</b>		4		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</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					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>Семестр 3</b>								
Раздел 1	27	9	18	4	6			8
Раздел 2	27	9	18	4	6			8
Раздел 3	27	9	18	4	6			8
Раздел 4	27	9	18	4	6			8
Контроль промежуточной аттестации (час)	36							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Общий объем, часов	144	36	68	16	24		32
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						

*Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
<b>Курсы 1 и 2</b>							
Раздел 1	27	25	8	2	2		4
Раздел 2	27	26	8	2	2		4
Раздел 3	27	26	8	2	2		4
Раздел 4	27	26	8	2	2		4
Контроль промежуточной аттестации (час)	9						
Общий объем, часов	144	103	32	8	8		32
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						

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

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

*Очной формы обучения*

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

### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Курс 2</b>							
Раздел 1	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 2	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка

Раздел 3	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Аналитическая записка	10	Аналитическая записка
Раздел 4	27	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	16	Блок-схема	10	Аналитическая записка
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>119</b>	<b>32</b>		<b>63</b>		<b>40</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### **РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы пресс-службы организации**

**Цель: сформировать представление целях и задачах работы пресс-службы**

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

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

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

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

Понятие функции. Функциональный подход к журналистской деятельности. Многообразие социальных и информационных потребностей общества. Соотношение функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.

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

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

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

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

Основные составляющие становления имиджа организации (реальный имидж, желаемый имидж, необходимый имидж). Этапы формирования имиджевой концепции организации, ее специфические характеристики. Специфика становления осязаемого и неосязаемого имиджа организации. Внешняя и внутренняя среда организации через

призму формирования имиджа. Роль специалиста по связям с общественностью в создании имиджа организации. Место СМИ в формировании позитивного имиджа организации. Специфика формирования имиджа в бизнесструктурах, основные отличия от имиджа учреждений государственного сектора.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания:** аналитическая записка

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

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

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма рубежного контроля** – аналитическая записка.

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

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

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

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

## **РАЗДЕЛ 2. Юридические и социальные регуляторы деятельности пресс-службы**

**Цель:** дать представление юридических и социальных регуляторах деятельности пресс-службы

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

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

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

Гражданская ответственность. Юридическая ответственность.

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

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

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

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

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

Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа.

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

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания:** аналитическая записка

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



7. Корпоративные этические кодексы.
8. Плюсы и минусы этических регуляторов.

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма рубежного контроля** – аналитическая записка.

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

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

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

Профессиональная этика журналиста включает в себя:

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

Понятия для сравнения:

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

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

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;

- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

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

### **РАЗДЕЛ 3. Аналитическая работа пресс-службы**

**Цель:** дать представление об аналитической работе специалистов пресс-службы

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

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

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

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

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

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

Статистический анализ – технический подсчет частоты упоминания заданных ключевых слов.

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

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

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

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

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

**Форма практического задания:** аналитическая записка

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

Примерный перечень организаций:

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

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**Форма рубежного контроля** – аналитическая записка.

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

Примерными критериями оценки являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению

письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

#### **РАЗДЕЛ 4. Структура современной пресс-службы**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Типовая структура пресс-тура. Содержание информационного письма-приглашения. Встреча журналистов, размещение, инструктивное совещание. Организация

посещения профильных для тематики пресс-тура объектов. Встречи с влиятельными лицами. Питание, вечерний досуг, культурная программа. Заключительная встреча, подведение итогов поездки.

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

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

**Форма практического задания:** блок-схема

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

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

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

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4**

**Форма рубежного контроля** – аналитическая записка.

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

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

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

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

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

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

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

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Этап формирования знаний</p> <p>Этап формирования умений</p> <p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>

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. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	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	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Этап формирования знаний  Этап формирования умений  Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-5.	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта	Этап формирования знаний  Этап формирования умений  Этап формирования

			навыков и получения опыта
--	--	--	---------------------------

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

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



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

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

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

Теоретический блок вопросов:

1. Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики.
2. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации.
3. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное

участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов.

4. Система функций: функции идеологические, организаторские, культурно-просветительные, рекламно-справочные и другие.
5. Должностные обязанности сотрудников.
6. Требования к сотрудникам пресс-службы. Смежные виды деятельности.
7. Юридический аспект деятельности пресс-службы.
8. Нормы международного права и отечественный опыт. Проблемы современного законодательства в области СМИ.
9. Экономический аспект свободы журналистики.
10. Основные источники средств: государственная поддержка, финансовые субсидии владельца, реклама, спонсорство и т.д. Проблема экономической независимости.
11. Гражданская ответственность.
12. Юридическая ответственность.
13. Этическая ответственность журналиста.
14. Нормы профессиональной журналистской этики и этики специалистов в сфере рекламы и пиара. Основные этические кодексы.
15. Правовой статус сотрудника пресс-службы и работника СМИ.
16. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действительности публикаций.
17. Правила отнесения информации к государственной тайне.
18. Коммерческая и служебная тайна.
19. Доступ к архивной информации.
20. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан.
21. Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти.
22. Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании.
23. Аккредитация журналистов.
24. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.
25. Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа.
26. Роль пресс-службы в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации.
27. Понятия и основные характеристики имиджа.
28. Основные каналы восприятия имиджа (визуальный, вербальный, событийный, контекстный). Два главных направления создания имиджа (описательный и оценочный).
29. Компоненты структуры имиджа, возможность их применения в формировании практических моделей имиджмейкинга.
30. Место СМИ в деятельности профессионального имиджмейкера.
31. Специфика профессионального формирования имиджа личности.
32. Анализ личностно – психологических параметров руководителя. Профессиональный мониторинг параметров самопрезентации и образа руководителя, их коррекция.
33. Основные составляющие становления имиджа организации (реальный имидж, желаемый имидж, необходимый имидж).
34. Этапы формирования имиджевой концепции организации, ее специфические характеристики. Специфика становления осязаемого и неосязаемого имиджа организации.

35. Внешняя и внутренняя среда организации через призму формирования имиджа. Роль специалиста по связям с общественностью в создании имиджа организации. Место СМИ в формировании позитивного имиджа организации.
36. Специфика формирования имиджа в бизнесструктурах, основные отличия от имиджа учреждений государственного сектора.
37. Специалист пресс-службы – аналитики, аналитики-обозреватель.
38. Функции аналитика: отслеживание тенденций рынка, общественной реакции на те или иные события, проведение фокус-групп, постоянный социологический мониторинг, мониторинг СМИ и сети интернет.
39. Подготовка на основе полученных материалов концепции и программы работы пресс-службы и развития организации.
40. Мониторинг материалов СМИ. Ключевые слова, спикеры, субъекты.
41. Виды мониторинга: регулярный, первичный, конкурентный, тематический, репутационный и т.д. Специализированные службы, которые занимаются медиа-мониторингом (например, WPS, компания, «Медialogия» и др.), информационные агентства, (например, МИА Россия Сегодня, ИТАР ТАСС и др.), а также PR-агентства, которые предлагают такую услугу своим клиентам.
42. Компании по мониторингу СМИ проводят поиск и фиксацию информации в СМИ по любым заданным критериям.
43. Контент-анализ.
44. Контекстный анализ.
45. Критический анализ медиатекстов.
46. Статистический анализ.
47. Авторский анализ.
48. Экспресс-анализ.
49. Анализ медиа-образа компании.
50. Психологический медиа-портрет.
51. Основные направления деятельности: информационное обеспечение.
52. Руководитель пресс-службы, его обязанности. Заместители по направлениям деятельности подразделения.
53. Двойственное положение сотрудников пресс-служб - должны быть адаптированы и к профессиональной среде служащих, и к профессиональной среде журналистов.
54. Должности сотрудников пресс-службы: руководитель пресс-службы, специалисты по направлениям работы, журналист, аналитик и т.п.
55. Варианты структуры пресс-службы в зависимости от размера организации, наличие собственных штатных корреспондентов, операторов, киностудий и т.п.
56. Начало работы со СМИ: составление пула СМИ и пула журналистов.
57. Правила составления пула СМИ.
58. Отбор СМИ по профилю. Работа с узкоспециализированными СМИ. Составление пула лояльных журналистов.
59. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
60. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих.
61. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия. Отчеты сотрудников как форма накопления опыта.
62. Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
63. Типовая структура пресс-тура.
64. Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях. Годовое собрание акционеров. «Круглый стол» как способ продвижения информации. Итоговые совещания в органах государственной власти и местного

самоуправления. Роль пресс-конференции в структуре презентации. Клубный вечер.

65. Мероприятия, ориентированные на смешанные целевые группы и осуществляемые по жестким сценарным планам.
66. Презентация.
67. Запуск объекта.
68. Профессиональные праздники/юбилеи.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

#### **5.1.1. Основная литература**

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

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

3. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
4. Катаев, Ф.А. Интернет-инструментарий в работе пресс-службы ВУЗа: создание контента, продвижение, аналитика охвата аудитории : выпускная квалификационная работа магистра / Ф.А. Катаев ; Пермский государственный национальный исследовательский университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики и массовых коммуникаций. — Пермь : , 2018. — 73 с. : ил., табл., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491742>. — Текст : электронный.
5. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009>.
6. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455586>.
7. Ульбашев, А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : учебник для вузов / А. Х. Ульбашев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10581-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456561>.
8. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451643>.

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ

	поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников  Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.  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://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки.  Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

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

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

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от

степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

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

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

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

17. Персональные компьютеры;
18. Средства доступа в Интернет;
19. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

5. MicrosoftOffice (Word, Excel)

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

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



4.	ЭБС издательства «Лань»	электронных версий книг. Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

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

Для изучения дисциплины «Современная пресс-служба» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** используются:

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

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для

написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

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

## **5.6 Образовательные технологии**

При реализации дисциплины **«Современная пресс-служба»** применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

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

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

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

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

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
7.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



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

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В. Романов

28 мая 2020 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

*Поведение потребителей*

Направление подготовки  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность  
«Современные социальные коммуникации»

### ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация  
Бакалавр

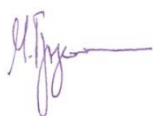
**Форма обучения**  
*Очная*  
*Заочная*

Москва 2020

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

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

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



(подпись)

И.О. Фамилия  
М.В. Гундарин

к.филол.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

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

Протокол № 11 от 28 мая 2020 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание



(подпись)

И.В. Романов

к.псих.н.

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



(подпись)

И.Е. Нисов

Психология и бизнес Консалтинг групп

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

Консалтинговая группа «Орта»,

Генеральный директор

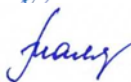
Согласовано

Научная библиотека, директор



(подпись)

А.А.Сафронов



И.Г.Маляев

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины .....	6
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	10
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины .....	22
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	24
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	25
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	26
5.6. Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28

# **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Поведение потребителей» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах и методах стратегического маркетинга с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по применению маркетинговых стратегий и маркетинговых технологий.

Задачи учебной дисциплины:

1. Сформировать представление о маркетинге как о философии бизнеса и концепции рыночного управления организацией.
2. Знать основные средства и методы стратегического маркетинга.
3. Уметь проводить внешний и внутренний маркетинговый анализ.
4. Быть компетентным в вопросах принятия решений по формированию и реализации маркетинговой политики (товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной).
5. Приобрести первичные навыки выбора и разработки маркетинговых стратегий на разных уровнях управления маркетингом.

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

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

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

- Экономика;
- Социология;
- Общая теория коммуникации;
- Исследования в коммуникации;
- Проектная деятельность и др.

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

- Корпоративная коммуникация;
- Поведение потребителей;
- Технологии брендинга;
- Международные коммуникации и т.д.

## **1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ПКО-3, ПК-2, ПКО-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Знает сущность и особенности основных технологий маркетинговых коммуникаций.
			ПКО-3.2. Умеет применять на практике технологии различных видов маркетинговых коммуникаций.
			ПКО-3.3. Владеет навыками разработки и реализации коммуникационного продукта на основе технологий различных видов маркетинговых коммуникаций.
	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Знает принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
			ПК-2.2. Умеет использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.
			ПК-2.3. Владеет навыками разработки и распространения медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Знает этапы процесса разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.
			ПК-4.2. Умеет принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.
			ПК-4.3. Владеет навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере



## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая трудоемкость дисциплины «Поведение потребителей», изучаемой в 5 семестре, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5				
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>40</b>	<b>40</b>				
Учебные занятия лекционного типа	16	16				
Практические занятия	24	24				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>104</b>	<b>104</b>				
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>	<b>зачет</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>				

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5				
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>16</b>	<b>16</b>				
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Практические занятия	6	6				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>128</b>	<b>128</b>				
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>	<b>зачет</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>				

### 2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

#### Очная форма обучения

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

				<b>Всего</b>	<b>Лекционные занятия</b>	<b>Семинарские/практические занятия</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	<b>Контактная работа в ЭИОС и ИКР</b>
<b>Семестр 5</b>								
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>	36	26	10	4	6	0	0	
Тема 1.1. Сущность маркетинга	18	14	4	2	2	0	0	
Тема 1.2. Управление маркетингом	18	12	6	2	4	0	0	
<b>Раздел 2. Поведение потребителей и маркетинговый анализ</b>	36	26	10	4	6	0	0	
Тема 2.1. Сущность стратегического маркетинга	18	14	4	2	2	0	0	
Тема 2.2. Маркетинговый анализ	18	12	6	2	4	0	0	
<b>Раздел 3. Товарная и ценовая политика</b>	36	26	10	4	6	0	0	
Тема 3.1. Товар и товарная политика	18	14	4	2	2	0	0	
Тема 3.2. Цена и ценовая политика	18	12	6	2	4	0	0	
<b>Раздел 4. Сбытовая и коммуникационная политика</b>	36	26	10	4	6	0	0	
Тема 4.1. Сбыт и сбытовая политика	18	14	4	2	2	0	0	
Тема 4.2. Маркетинговые коммуникации и коммуникационная политика	18	12	6	2	4	0	0	
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>104</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>104</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

**Заочная форма обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	--

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
<b>Семестр 5</b>							
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>	36	32	4	4	0	0	0
Тема 1.1. Сущность маркетинга	18	16	2	2	0	0	0
Тема 1.2. Управление маркетингом	18	16	2	2	0	0	0
<b>Раздел 2. Поведение потребителей и маркетинговый анализ</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1. Сущность стратегического маркетинга	18	16	2	1	1	0	0
Тема 2.2. Маркетинговый анализ	18	16	2	1	1	0	0
<b>Раздел 3. Товарная и ценовая политика</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 3.1. Товар и товарная политика	18	16	2	1	1	0	0
Тема 3.2. Цена и ценовая политика	18	16	2	1	1	0	0
<b>Раздел 4. Сбытовая и коммуникационная политика</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 4.1. Сбыт и сбытовая политика	18	16	2	1	1	0	0
Тема 4.2. Маркетинговые коммуникации и коммуникационная политика	18	16	2	1	1	0	0
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>						
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>128</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>128</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

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

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине**

**Очная форма обучения**

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 5</b>							
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Эссе	2	Контрольная работа
<b>Раздел 2. Поведение потребителей и маркетинговый анализ</b>	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Аналитическое задание	2	Исследовательская работа
<b>Раздел 3. Товарная и ценовая политика</b>	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Творческое задание	2	Расчетное задание
<b>Раздел 4. Сбытовая и коммуникационная политика</b>	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Минипроект	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>104</b>	<b>48</b>		<b>48</b>		<b>8</b>	

<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>104</b>	<b>48</b>		<b>48</b>		<b>8</b>	
---	------------	-----------	--	-----------	--	----------	--

### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 5</b>							
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Эссе	2	Контрольная работа
<b>Раздел 2. Поведение потребителей и маркетинговый анализ</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Аналитическое задание	2	Исследовательская работа
<b>Раздел 3. Товарная и ценовая политика</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Творческое задание	2	Расчетное задание
<b>Раздел 4. Сбытовая и коммуникационная политика</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Минипроект	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>128</b>	<b>60</b>		<b>60</b>		<b>8</b>	

<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>128</b>	<b>60</b>		<b>60</b>		<b>8</b>
---	------------	-----------	--	-----------	--	----------

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

##### Тема 1.1. Сущность маркетинга

###### Цель:

Сформировать представление о сущности маркетинга как о концепции рыночного управления организацией и философии бизнеса.

###### Перечень изучаемых элементов содержания

- Понятие «маркетинг». Основные экономические категории в сфере маркетинга.
- Цели маркетинга.
- Задачи и функции маркетинга.
- Средства маркетинга.
- Принципы и методы маркетинга.

###### Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация человеческих потребностей.
2. Эволюция маркетинга и концепции рыночных отношений.

##### Тема 1.2. Управление маркетингом

###### Цель:

Изучить управление маркетингом как процесс и систему.

###### Перечень изучаемых элементов содержания

- Значение и сущность управления маркетингом.
- Уровни управления маркетингом.
- Процесс управления маркетингом.
- Система управления маркетингом.

###### Вопросы для самоподготовки:

1. Сегментация потребительских и деловых рынков.
  2. Виды и содержание планов маркетинга.
  3. Типы организационной структуры службы маркетинга и их выбор.

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

##### Форма практического задания: эссе.

###### Перечень тем эссе к разделу 1:

1. Роль маркетинга в экономическом развитии организации.
2. Маркетинг как необходимый вид управленческой деятельности организации в условиях современного рынка.
3. Возможности укрепления позиций российских компаний на мировом рынке посредством маркетинга.
4. Польза и вред маркетинга для потребителя.

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.

##### Форма рубежного контроля: контрольная работа.

###### Вопросы и задания контрольной работы:

1. В чем совпадают цели маркетинга на уровне общества и организации? Каковы противоречия между ними.
2. Раскройте значение эффективного управления маркетингом в деятельности организации розничной торговли.
3. На реальном или условном примере разработайте комплекс маркетинга модели 4P для мужской туалетной воды.

## **РАЗДЕЛ 2. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ**

### **Тема 2.1. Сущность стратегического маркетинга**

#### **Цель:**

Знать сущность стратегического маркетинга, его роль в деятельности организации, классификацию маркетинговых стратеги и основные виды маркетинговой политики.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Понятие «поведение потребителей». Значение стратегического маркетинга.
- Классификация маркетинговых стратегий.
- Выбор и разработка стратегии маркетинга.
- Понятие и виды маркетинговой политики.

#### *Вопросы для самоподготовки:*

1. Рыночные стратегии для крупных и малых фирм, их виды и различия.
2. Маркетинговая политика как форма реализации стратегического маркетинга.

### **Тема 2.2. Маркетинговый анализ**

#### **Цель:**

Овладеть методикой маркетингового анализа деятельности организации и ее товарного ассортимента.

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

- Понятие и сущность маркетингового анализа.
- Внешний маркетинговый анализ.
- Внутренний маркетинговый анализ.
- Основные методы маркетингового анализа: ABC-анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Кластерный и факторный анализ в маркетинге.
2. Оценка рыночных возможностей и потенциальных угроз для организации.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма практического задания:** аналитическое задание.

Тема: SWOT-анализ коммерческой организации.

Условия задания:

Пользуясь данными из открытых источников информации, проведите SWOT-анализ кондитерской фабрики «Коркунов», оценив ее рыночные позиции и перспективы развития на российском рынке.

В процессе SWOT-анализа выполните следующие действия:

1) Постройте матрицу SWOT-анализа и озаглавьте ее. Включите в заголовок матрицы наименование исследуемой организации. В квадрантах матрицы укажите названия элементов SWOT и пронумеруйте их:

- S - сильные стороны;
- W - слабые стороны;
- - рыночные возможности;
- T - потенциальные угрозы.

2) Выделите, внесите в матрицу и пронумеруйте по 4 - 5 факторов, влияющих на перспективы развития исследуемой организации, относящихся к каждому элементу SWOT. По возможности конкретизируйте факторы SWOT, уточняя виды товаров, целевые рынки, основных конкурентов, средства маркетинга и пр.

3) Оцените значимость каждого включенного в матрицу фактора по пятибалльной шкале (от 1 до 5 баллов), поставив напротив него соответствующую оценку в круглых скобках. Чем выше оценка, тем более значимым является данный фактор.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма рубежного контроля:** исследовательская работа.

Тема: исследование рыночной стратегии компании.

Условия задания:



По материалам корпоративного сайта и другим источникам информации ознакомьтесь с деятельностью IT-компании «ABBYY Software House» и ответьте на следующие вопросы:

- 1) Какую рыночную стратегию использует данная компания в настоящее время?
- 2) Подходит ли данная стратегия для исследуемой компании? Если нет, то какую рыночную стратегию Вы предложили бы применять, используя механизм выбора стратегии маркетинга?
- 3) Назовите 5 - 6 средств маркетинга, которые следует использовать изучаемой фирме для реализации предложенной рыночной стратегии.

## **РАЗДЕЛ 3. ТОВАРНАЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА**

### **Тема 3.1. Товар и товарная политика**

#### **Цель:**

Знать основные направления товарной политики и уметь принимать решения в области разработки товаров и продления жизненного цикла товара.

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

- Понятие «товар». Классификация товаров в маркетинге.
- Потребительские свойства товара.
- Сущность товарной политики.
- Товарные стратегии.
- Разработка новых товаров.
- Создание товарной упаковки.
- Жизненный цикл товара.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Качественные характеристики товара.
2. Пробный маркетинг в процессе разработки новых товаров.
3. Виды товарной упаковки и требования, предъявляемые к ней.

### **Тема 3.2. Цена и ценовая политика**

#### **Цель:**

Знать основные направления ценовой политики и уметь принимать решения по выбору ценовых стратегий и расчету уровня цен.

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

- Понятие «цена». Виды цен.
- Сущность ценовой политики.
- Процесс ценообразования.
- Методы установления цен.
- Ценовые стратегии.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. . Виды цен, применяемые в международной торговле.
2. . Классификация и выбор методов установления цен.
3. . Условия применения ценовых стратегий.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма практического задания:** творческое задание.

Тема: генерация идей и разработка концепции нового товара.

Условия задания:

Предложите 5 - 6 стандартных и оригинальных идей новых товаров для деревообрабатывающего комбината, изготавливающего межкомнатные двери, оконные рамы и ящики для ручных инструментов. Товары должны быть новыми для данной организации.

На основе предложенных идей разработайте концепцию одного из новых товаров, который Вы считаете наиболее перспективным и экономически привлекательным.

Концепция нового товара должна включать следующие сведения:

- вид товара;
- наименование товара (при необходимости);
- краткое описание товара, его потребительские свойства;
- упаковка товара;
- основные группы потребителей товара;
- конкурентные преимущества;
- ориентировочная розничная цена.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма рубежного контроля:** расчетное задание.

Тема: расчет розничных цен и определение ценовой стратегии.

Условия задания:

Совместная российско-бельгийская корпорация «Микровэйв Стар» (организация условная) планирует освоить выпуск недорогих микроволновых печей с набором основных функций для реализации на территории РФ. На основе исходных данных методом анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли установите отпускные цены производителя на микроволновые печи за каждый год выпуска. В ответе представьте таблицу с исходными данными и расчеты цен. Затем сформулируйте вывод, в котором укажите, какую ценовую стратегию намерена использовать корпорация «Микровэйв Стар», учитывая динамику изменения цен производителя и прогнозируемый средний уровень отпускных цен на аналогичную продукцию.

#### **Плановые показатели выпуска и реализации микроволновых печей**

Годы	Себестоимость 1 изделия, р.	Плановый объем продаж, тыс. штук	Объем целевой прибыли, тыс. р.	Средний уровень отпускных цен, р.
1	3150	20	10000	3700
2	2980	25	17500	3730
3	2880	28	25200	3800

### **РАЗДЕЛ 4. СБЫТОВАЯ И КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА**

#### **Тема 4.1. Сбытовая политика**

##### **Цель:**

Знать основные направления сбытовой политики и уметь принимать решения по выбору методов и каналов сбыта.

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

- Понятие «сбыт». Составные элементы сбыта.
- Сущность сбытовой политики.
- Методы сбыта.
- Характеристика и выбор каналов сбыта.
- Виды торговли и торговых посредников.
- Сервисные услуги.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Формы прямого и косвенного сбыта.
2. Оптовая и розничная торговля: сущность, различия, виды посредников.

3.  
торговых точек.

Выбор места расположения

#### **Тема 4.2. Коммуникационная политика**

##### **Цель:**

Знать основные направления коммуникационной политики и уметь принимать решения в области разработки комплекса маркетинговых коммуникаций.

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

- Понятие и виды маркетинговых коммуникаций.
- Сущность коммуникационной политики.
- Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Преимущества и недостатки основных видов маркетинговых коммуникаций.
2. Характеристика целевой аудитории.
3. Коммуникационные стратегии.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4.**

##### **Форма практического задания:** минипроект.

Тема: и маркетинговое обоснование проектирование розничной торговой организации.

Условия задания:

Допустим, что Вы, как предприниматель, имеющий необходимый стартовый капитал, собираетесь открыть магазин одежды.

Разработайте минипроект магазина, включив в него следующие условия функционирования розничной торговой организации, стремясь повысить привлекательность магазина для покупателей и доходность:

- 1) Определите основные группы покупателей Вашего магазина, используя различные признаки сегментации потребительского рынка.
- 2) Перечислите не менее пяти секций (отделов) магазина по продаже различных видов товаров и предоставлению дополнительных услуг покупателям.
- 3) Предложите наименование магазина. Желательно, чтобы название Вашего магазина отличалось от наименований других торговых организаций данного профиля, было запоминающимся, неординарным.
- 4) Установите удобное территориальное расположение магазина, указав его точный почтовый адрес или находящиеся поблизости социально значимые объекты (городская площадь, железнодорожный или автовокзал, станция метро, парк отдыха и т.п. в конкретном населенном пункте). Не допускается размещение магазина на месте существующих торговых организаций за исключением торговых комплексов (торгово-развлекательных центров), где можно арендовать площадь для своей торговой точки.
- 5) Укажите режим работы магазина.  
Дайте маркетинговое обоснование принятых решений.

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4.**

##### **Форма рубежного контроля:** компьютерное тестирование.

Примеры вопросов контрольного теста:

1. Что такое маркетинг?
  - а) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена;
  - б) система исследований субъектов рыночных отношений и объектов, представленных на рынке;

- в) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, направленный на достижение целей фирмы;
- г) управление торговым персоналом компании в целях совершенствования технологии продаж и повышения эффективности системы сбыта.

2. В какой последовательности выполняются перечисленные этапы процесса управления маркетингом?

- а) анализ рыночных возможностей, выбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга;
- б) выбор целевых рынков, анализ рыночных возможностей, разработка комплекса маркетинга;
- в) разработка комплекса маркетинга, выбор целевых рынков, анализ рыночных возможностей;
- г) разработка комплекса маркетинга, анализ рыночных возможностей, выбор целевых рынков.

3. Классическая модель комплекса маркетинга кратко именуется:

- а) 3D;
- б) 4P;
- в) 7P;
- г) PLC.

4. Какое из приведенных определений не относится к стратегическому маркетингу?

- а) формирование корпоративной политики управления человеческими ресурсами на основе внутренних стратегических потребностей компании и предложения на рынке труда;
- б) Систематический и постоянный анализ потребностей и требований целевых потребителей, а также разработка эффективных концепций товаров и услуг, позволяющих фирме обслуживать выбранные группы потребителей лучше, чем конкуренты;
- в) современный маркетинг, базирующийся на определенном видении фирмой окружающего мира и своей роли в нем, на принципах глобализма, инновационности, интегрированности, предпочтения структурных исследований потребностей рынка и мониторинга маркетинговой среды, активного использования связей с общественностью;
- г) процесс разработки стратегического комплекса маркетинга, основных направлений стратегической политики фирмы в области товаров, цен, сбыта и коммуникаций с учетом факторов постоянно меняющейся маркетинговой среды.

5. Целью стратегического маркетинга не является:

- а) последовательное освоение новых рынков сбыта;
- б) разработка корпоративной стратегии маркетинга с учетом запросов целевых потребителей;
- в) рыночная корректировка цен в предпраздничный период;
- г) совершенствование системы менеджмента качества для выпуска продукции, соответствующей международным стандартам.

6. Что характеризуется следующим определением: «оценка, интерпретация, моделирование и прогнозирование процессов и явлений, происходящих на рынке, а также собственной производственно-сбытовой и маркетинговой деятельности организации»?

- а) маркетинговый анализ;
- б) маркетинговый контроль;
- в) мониторинг рынков;
- г) исследование конкурентной среды.

7. К направлениям товарной политики не относится:

- а) формирование товарного ассортимента;
- б) создание упаковки;
- в) стандартизация и сертификация продукции;
- г) установление цен на товары.

8. Как изменяются цены при использовании стратегии низких цен?

- а) цены устанавливаются на высоком уровне, а затем периодически понижаются;
- б) цены устанавливаются на среднем уровне, после чего изменяются под влиянием уровня спроса;
- в) цены устанавливаются на низком уровне, а затем резко повышаются;
- г) цены устанавливаются на низком уровне, при необходимости они еще больше понижаются, а затем при отсутствии острой конкуренции повышаются.

9. Методами сбыта товаров являются:

- а) одноуровневый и многоуровневый сбыт;
- б) прямой и косвенный сбыт;
- в) экстенсивный, селективный и эксклюзивный сбыт;
- г) реклама, личная продажа, методы стимулирования сбыта и связи с общественностью.

10. Группу целенаправленных мероприятий в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций, проводимых в течение определенного периода времени, называют:

- а) программой продвижения;
- б) коммуникационной стратегией;
- в) планом маркетинга;
- г) комплексом маркетинговых коммуникаций.

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

##### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Поведение потребителей» является зачет, который проводится в устной форме.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	Знать: сущность и особенности основных технологий маркетинговых коммуникаций.	Этап формирования знаний
		Уметь: применять на практике технологии различных видов маркетинговых коммуникаций.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки и реализации коммуникационного продукта на основе технологий различных видов маркетинговых коммуникаций.	Этап формирования навыков и получения опыта

ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	Знать: принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки и распространения медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.	Знать: этапы процесса разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.	Этап формирования знаний
		Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации.	Этап формирования навыков и получения опыта

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

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

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

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

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие «маркетинг». Основные экономические категории в сфере маркетинга.
2. Цели, задачи и функции маркетинга.
3. Средства маркетинга.
4. Принципы и методы маркетинга.



5. Управление маркетингом: понятие, значение, уровни.
6. Процесс управления маркетингом.
7. Сегментация рынка и позиционирование товара.
8. Комплекс маркетинга: понятие, состав, характеристика элементов.
9. Система управления маркетингом.
10. Понятие «поведение потребителей». Значение стратегического маркетинга в деятельности организации.
11. Понятие «стратегия маркетинга». Классификация маркетинговых стратегий.
12. Выбор и разработка стратегии маркетинга.
13. Понятие и виды маркетинговой политики.
14. Сущность маркетингового анализа. Внешний и внутренний маркетинговый анализ.
15. Основные методы маркетингового анализа: ABC-анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ.
16. Понятие «товар». Классификация товаров в маркетинге.
17. Потребительские свойства товара.
18. Товарная политика: понятие, значение, основные направления.
19. Товарные стратегии.
20. Разработка новых товаров.
21. Создание товарной упаковки и требования, предъявляемые к ней.
22. Концепция жизненного цикла товара. Характеристика этапов ЖЦТ.
23. Понятие «цена». Виды цен.
24. Ценовая политика: понятие, значение, основные направления.
25. Процесс и методы ценообразования.
26. Ценовые стратегии.
27. Понятие «сбыт». Составные элементы сбыта.
28. Сбытовая политика: понятие, значение, основные направления.
29. Методы сбыта.

30. Каналы сбыта: понятие, характеристика, критерии выбора.
31. Розничная торговля: понятие, сущность, виды розничных торговых посредников.
32. Оптовая торговля: понятие, сущность, виды оптовых торговых посредников.
33. Понятие «сервис». Сервисные услуги.
34. Маркетинговые коммуникации: понятие, виды, характеристика.
35. Коммуникационная политика: понятие, значение, основные направления.
36. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

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

### **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

##### **5.1.1. Основная литература**

1. Пашкус Н.А. Поведение потребителей: Учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2020. 225 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451203>.
2. Реброва Н.П. Поведение потребителей: Учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2020. 186 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/452438>.

##### **5.1.2. Дополнительная литература**

1. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 474 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426253>.
2. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум для академического бакалавриата 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>.

3. Ким С.А. Маркетинг: Учебник. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2017. 258 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>.
4. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 521 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450105>.
5. Жуков Е.Т. Маркетинговая политика продвижения продукции. М.: Лаборатория книги, 2010. 143 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87342>.

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам  Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ  <a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины**

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

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

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

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

#### Подготовка к учебному занятию лекционного типа

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

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

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

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

преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### Самостоятельная работа

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

### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

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

4. персональные компьютеры;....
5. средства доступа к сети Интернет;
6. проектор.

#### **5.4.2. Программное обеспечение**

4. пакет офисных приложений Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint и др.);
5. менеджер проектов Microsoft Project;
6. приложение для телекоммуникации (Skype, Zoom и т.п.).

#### **5.4.3. Информационные справочные системы**

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

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

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

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

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

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

### 5.6 Образовательные технологии

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

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

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

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

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

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
8.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания Ученого совета факультета № 11 от 28 мая 2020 г.	_1.09.2020

**Макет рабочей программы учебной дисциплины основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры, разработанной с учетом требований ФГОС ВО 3++**



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В. Романов

28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Основы брендинга*

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

**Направленность**  
*«Брендинговые коммуникации»*

***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Квалификация**  
*Бакалавр*

**Форма обучения**  
*Очная*  
*Заочная*

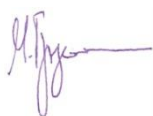
Москва 2020



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

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

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



(подпись)

И.О. Фамилия  
М.В. Гундарин

к.филол.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

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

Протокол № 11 от 28 мая 2020 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание



(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,  
должность, место работы



И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг групп  
ученая степень, ученое звание,  
должность, место работы

(подпись)

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,  
Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор



(подпись)

И.О.Фамилия  
А.А.Сафронов

И.О. Фамилия  
И.Г.Маляр

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины .....	6
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	10
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины .....	22
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	24
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	25
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	26
5.6. Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Основы брендинга» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах брендинга, как важнейшей части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

8. Знать основные средства, принципы и методы брендинга.
9. Сформировать представление о процессе и системе управления маркетингом.
10. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
11. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами.
12. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
13. Уметь разрабатывать комплекс брендинга для потребительских товаров.
14. Приобрести первичные навыки разработки условий бренд-мероприятий в области личной продажи, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

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

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

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

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

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

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

- Интернет-маркетинг и т.д.

### 1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Знает специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.
			ПКО-2.2. Умеет применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.
			ПКО-2.3. Владеет навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3				
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>40</b>	<b>40</b>				
Учебные занятия лекционного типа	16	16				
Практические занятия	24	24				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				

Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68				
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>				

### Заочная форма обучения

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

## 2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 1.</b> <b>Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	27	17	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
<b>Раздел 2.</b> <b>Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	27	17	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							

Тема 2.2.								
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	27	17	10	4	6	0	0	
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
<b>Раздел 4. Брендинговые коммуникации</b>	27	17	10	4	6	0	0	
Тема 4.1.								
Тема 4.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
<b>Семестр 2</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
<b>Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге.</b>	36	32	4	2	2	0	0

<b>Ценообразование и организация сбыта</b>								
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>96</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>								
<b>Семестр 3</b>								
<b>Раздел 4.</b>	27	23	4	2	2	0	0	
Тема 4.1.								
Тема 4.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>119</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

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

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Исследовательская работа

<b>Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 4. Брендинговые коммуникации</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческое задание	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>28</b>		<b>32</b>		<b>8</b>	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>68</b>	<b>28</b>		<b>32</b>		<b>8</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 2</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Исследовательская работа



<b>Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>96</b>	<b>45</b>		<b>45</b>		<b>6</b>	
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 4. Брендинговые коммуникации</b>	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>23</b>	<b>10</b>		<b>11</b>		<b>2</b>	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>119</b>	<b>55</b>		<b>56</b>		<b>8</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БРЕНДИНГА. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

##### Тема 1.1.

##### Цель:

##### Перечень изучаемых элементов содержания

2.

##### Вопросы для самоподготовки:

2.

Исследовательская

##### Тема 1.2.

##### Цель:

##### Перечень изучаемых элементов содержания

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

**Форма практического задания:** реферат.

Перечень тем реферата:

2.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.**

**Форма рубежного контроля:** исследовательская работа.

Тема:

Условия задания:

**РАЗДЕЛ 2. БРЕНДИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА**

**Тема 2.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

**Тема 2.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма практического задания:** ситуационное задание.

Тема:

Условия задания:

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма рубежного контроля:** организационно-управленческая работа.

Тема:

Условия задания:

## **РАЗДЕЛ 3. ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА**

### **Тема 3.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

### **Тема 3.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма практического задания:** ситуационное задание.

**Тема:**

**Условия задания:**

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма рубежного контроля:** организационно-управленческая работа.

**Тема:**

**Условия задания:**

## **РАЗДЕЛ 4. БРЕНДИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

### **Тема 4.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

### **Тема 4.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

2.

**Вопросы для самоподготовки:**

2.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4.**

**Форма практического задания:** творческое задание.

**Тема:**

**Условия задания:**

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4.

**Форма рубежного контроля:** компьютерное тестирование.

Примеры вопросов контрольного теста:

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

#### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

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

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

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

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

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПКО-2	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно,

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

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

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

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

2.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

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

### **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

##### **5.1.1. Основная литература**

3. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. М.: Дашков и К°, 2016. 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>.
4. Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг: Учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2018. 440 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>.

##### **5.1.2. Дополнительная литература**

8. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Брендинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. М.: Юрайт, 2019. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425174>.
9. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 474 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426253>.
10. Голубкова Е.Н. Интегрированные брендинговые коммуникации: Учебник и практикум для академического бакалавриата 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>.
11. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 521 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450105>.
12. Давыденко Е.А., Евневич М.А. Маркетинг в информационном обществе: Учебное пособие. М.: Креативная экономика, 2018. 169 с.: табл., граф., схем., ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917>.
13. Ким С.А. Маркетинг: Учебник. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2017. 258 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>.

14. Морозов Ю.В. Основы брендинга: Учебное пособие. 8-е изд. М.: Дашков и К°, 2018. 148 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>.

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ



### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины**

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

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

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

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

#### Подготовка к учебному занятию лекционного типа

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

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

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

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

преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### Самостоятельная работа

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

### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

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

7. персональные компьютеры;....
8. средства доступа к сети Интернет;
9. проектор.

#### **5.4.2. Программное обеспечение**

7. пакет офисных приложений Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint и др.);
8. менеджер проектов Microsoft Project;
9. приложение для телекоммуникации (Skype, Zoom и т.п.).

#### **5.4.3. Информационные справочные системы**

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

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

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

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

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

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

### 5.6 Образовательные технологии

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

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

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

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

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

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
9.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания Ученого совета факультета № 11 от 28 мая 2020 г.	1.09.2020

**Макет рабочей программы дисциплины (модуля) основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры, разработанной с учетом требований ФГОС ВО 3++**




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

**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

 Романов И.В.  
28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Международные коммуникации**

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

**Направленность**  
***«Современные социальные коммуникации»***

**Программа бакалавриата:**  
***«Современные социальные коммуникации»***

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**  
***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**  
***очная***

Москва 2020

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

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

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

М.В. Гундарин

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Генеральный директор

\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

# СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) .....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата /магистратуры/специалитета</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата/магистратуры/специалитета</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	7
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) .....	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) .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28



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

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Международные коммуникации»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов международной коммуникации;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях и уровнях коммуникации в международной практике;
4. приобретение навыков внедрения международных стандартов коммуникации в практику деятельности компании.

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

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

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

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

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

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

ПКО-2

ПКО-3

ПК-2

ПК-4

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

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

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в

рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью			сфере коммуникации ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
--	--	--	--

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

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 8 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>		40			
Учебные занятия лекционного типа		16			
Практические занятия		24			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа					
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>		104			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>180</b>	<b>144</b>			

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

#### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов			
	Всего	теоретическая	лабораторная	работ
				Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
<b>Осенний семестр</b>								
Раздел 1. Международные отношения как основа международной коммуникации				4	6			
Раздел 2. Геополитические и региональные особенности коммуникации				4	6			
Раздел 3. Реклама и пиар в международном контексте				4	6			
Раздел 4. Межкультурная коммуникация				4	6			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>104</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							

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

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### *Очной формы обучения*

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

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Осенний семестр</b>							
Раздел 1. Международные отношения как основа международной коммуникации			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 2. Геополитические и региональные особенности коммуникации			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 3. Реклама и пиар в международном контексте			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 4. Межкультурная коммуникация			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>							

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. Международные отношения как основа международной коммуникации

**Цель:** формирование системы знаний о международных отношениях как базы для развития международной коммуникации

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Классификация международных отношений. Основные участники международных отношений. Геополитика. Геостратегия. Транснациональные компании. НКО. Информационная безопасность.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Соотношение понятий международные отношения, внешняя политика, мировая политика, дипломатия.
2. Основные центры международных исследований в России и за рубежом.
3. Экономический фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
4. Международные экономические организации и их роль в современном мире

## **РАЗДЕЛ 2. Геополитические и региональные особенности коммуникации**

**Цель:** формирование понятие об основных особенностях в геополитическом и региональном ключе

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Стратегическая коммуникация. Цели стратегической коммуникации. Элементы стратком: пиар, публичная дипломатия, информационные операции. Целевая аудитория стратегической коммуникации.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Функция стратегической коммуникации
2. Каналы передачи информации и способы ее кодирования.
3. Стратком и экономические цели.

## **РАЗДЕЛ 3. Реклама и пиар в международном контексте**

**Цель:** познакомить обучающихся с международными особенностями рекламы и пиар.

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

Культурные особенности. Экономические особенности. Особенности законодательства. Языковые особенности. Особенности распространения.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Соблюдение международных норм рекламы и пиар
2. Международная рекламная компания
3. Оценка эффективности

## **РАЗДЕЛ 4. Межкультурная коммуникация**

**Цель:** изучить особенности межкультурной коммуникации

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

Виды межкультурной коммуникации. Уровни межкультурной коммуникации. Навыки социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов.

### **Вопросы для самоподготовки:**

- 1 Глобализация и межкультурное взаимодействие.
- 2 Влияние глобализации на характер коммуникативной культуры.
- 3 Понятие глобализации.
- 4 Существование национальных культур как проблема в условиях глобализации.
- 5 Межкультурное взаимодействие как основа профилактики экстремизма и терроризма.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

Вашей компании необходимо сменить название товара для выхода на международный и при этом не потерять покупателя. Как Вы будете решать эту задачу методами ПР? Предложите варианты.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

Разработайте план внутрикорпоративных мероприятий на 1 год для компании – дистрибьютора алкогольной продукции, работающей в Азии, Латинской Америке, Европе.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

Разложите все известные Вам каналы выхода на целевые аудитории в порядке их значимости в следующей ситуации: Вашу компанию обвиняют на международном уровне в выпуске некачественной продукции.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире.

Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет, обоснуйте Ваш ответ.

- «Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса»  
(Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);
- «С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую

работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы»

(Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);

- «Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности»

(Андерс Далвиг, Президент ИКЕА).

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Тестирование**

### **1. ПР – это**

А) неукоснительное соблюдение общественных нравственных норм  
· Б) планируемые усилия, направленные на возникновение взаимопонимания и доброжелательности между организацией и общественностью

· В) Составляющая рекламной деятельности, реклама престижа

• **2. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает следующие направления маркетинговой деятельности**

· А) реклама, сейлз промоушн, ПР, директ-маркетинг

· Б) реклама, выставки-продажи, торговые презентации, призы и аукционы

· В) реклама, построение дилерских сетей, аукционы, купоны и комиссионные вознаграждения

• **3. Важнейшей задачей ПР в системе менеджмента является**

· А) урегулирование споров и ликвидация конфликтов

· Б) создание «команды» - коллектива единомышленников

· В) помощь нуждающимся сотрудникам

• **4. Внешняя политика фирмы – это**

· А) сотрудники фирмы, работающие в ее филиалах и региональных представительствах  
· Б) зарубежные партнеры фирмы, участвующие в ее внешнеэкономической деятельности

· В) клиенты, партнеры, властные структуры, жители дома, в котором расположен офис и т.д.

• **5. Что такое RACE**

· А) система мероприятий, направленная на повышение эффективности коммуникаций фирмы

· Б) специализированная ПР – программа, направленная на решение разовых проблем

· В) термин, означающий обычную деятельность ПР, включающую проведение исследования, разработку и осуществление программы, оценку результатов

• **6. Целевая аудитория – это**

· А) группа людей, объединенных единой целью

· Б) группа потенциальных потребителей производимых фирмой товаров или услуг

· В) группа людей, которым товары или услуги фирмы предоставляются бесплатно для достижения рекламных целей фирмы

• **7. Пресс-релиз – это**

· А) аналитический отчет ПР-мена по материалам, опубликованным в прессе

· Б) информационное сообщение для публикации в прессе

· В) список представителей прессы, приглашенных на пресс - конференцию

• **8. Что такое публицити**

· А) круг людей, объединенных общими интересами или одним социальным статусом

· Б) общество людей, ведущих активно публицистическую деятельность

· В) формирование позитивной известности фирмы и ее деятельности



- **9. Какова главная цель отношений с потребителями как отдельного направления ПР – деятельности**
  - А) установление дружеских, доброжелательных отношений
  - Б) увеличение объема продаж
  - В) информирование о товарах/услугах
- **10. Что из перечисленного включается в понятие «управление проблемами»**
  - А) определение и предупреждение проблем, которые могут негативно повлиять на деятельность организации и ее имидж
  - Б) разрешение конфликтных ситуаций в коллективе
  - В) имиджмейкинг руководителя
- **11. Что такое спонсорство**
  - А) бескорыстная помощь
  - Б) одна из форм корпоративной социальной ответственности
  - В) один из видов предпринимательской деятельности
- **12. Годовой финансовый отчет компании обычно содержит**
  - А) финансовые результаты прошедшего года
  - Б) финансовые результаты прошедшего года в сравнении с результатами предыдущих лет
  - В) финансовые результаты компании и описание ее общественно значимой деятельности
- **13. Что такое Investor Relations**
  - А) это Паблик рилейшнз в области финансов
  - Б) это договорные отношения с инвесторами
  - В) это инвестирование в ПР - программу
- **14. Что из перечисленного не относится к основным задачам ПР в коммерции и промышленности**
  - А) установление контактов с потребителями, акционерами, служащими
  - Б) обеспечение осведомленности и понимание законодателя деятельности организации
  - В) продвижение товаров и услуг компании в условиях жесткой конкуренции
- **15. Лоббирование – это усилия, предпринимаемые**
  - А) организациями с целью оказания давления на принятие решений властными структурами в интересах этих организаций
  - Б) властными структурами с целью оказания давления на организации в интересах властных структур
  - В) профсоюзами с целью оказания давления на корпорации в интересах рабочих и служащих
- **16. Что из ниже перечисленного относится к функциям специалиста по ПР**
  - А) разработка маркетинговой стратегии фирмы
  - Б) проведение совещаний по производственным вопросам
  - В) подготовка информационного сообщения о деятельности фирмы
- **17. Под общественностью предприятия понимается**
  - А) персонал предприятия
  - Б) поставщики, партнеры, потребители
  - В) широкая общественность, включающая правительственные, международные и общественные организации
  - Г) все вместе
- **18. Родина ПР**
  - А) США
  - Б) Россия
  - В) Япония
- **19. В явном виде ПР относят к фактору**
  - А) product (товар)

- Б) promotion (продвижение)
- В) people (люди)
- **20. Внутренняя общественность фирмы - это**
- А) сотрудники самой фирмы
- Б) потребители
- В) партнеры

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –**  
Тестирование

**21. Функция ПР в современных коммуникациях состоит в**

- А) источники сообщения
- Б) получателя сообщения
- В) кодировании и декодировании сообщения
- **22. Мониторинг СМИ включает**
- А) связь со СМИ
- Б) предоставление материалов в СМИ
- В) отслеживание, анализ и оценка сообщений СМИ
- **23. Бэкграунд - это**
- А) ньюз-релиз
- Б) информация текущего характера, не содержащая сенсаций
- В) пресс-кит
- **24. Занятые в организации - это**
- А) менеджмент организации
- Б) спонсоры
- В) те сотрудники, кем больше управляют, чем они сами управляют кем-то
- **25. Кабинетные исследования**
- предполагают работу с вторичной информацией
- разовые обследования клиентуры
- работа с первичной информацией
- **26. Выборка - это**
- А) все население
- Б) сегмент населения, призванный олицетворять население
- В) выбор поддающийся решению части проблемы
- **27. Закрытые вопросы - это**
- А) вопросы, включающие в себя все варианты ответов
- Б) те, на которые следует отвечать своими словами
- В) самые важные вопросы
- **28. Программа ПР - это**
- А) Бюджет ПР
- Б) план-расписание
- В) комплекс тактических мероприятий, реализующих конкретную стратегию
- **29. Ключевой инструмент финансовых коммуникаций**
- А) собрание акционеров
- Б) годовой отчет
- В) специальные мероприятия
- **30. Паблик рилейшнз в переводе означает**
- А) публичные выступления
- Б) общественная известность
- В) отношения с общественностью

• **31. Основными спецсобытиями, организация которых относится к компетенции Проявляются**

- А) церемонии открытия, приемы, презентации
- Б) конференции, дни открытых дверей, круглые столы, выставки
- В) все перечисленное

**32. Коммуникация - это:**

- А) общение;
- Б) процесс передачи и обмена информацией;
- В) общение с помощью технических средств.

**33. Первая модель коммуникации была предложена:**

- А) Платоном;
- Б) Аристотелем;
- В) Лассуэлом.

**34. Основными компонентами коммуникационного процесса по Лассуэлу являются:**

- А) оратор, аудитория, средства передачи информации;
- Б) коммуникатор, сообщение, обратная связь;
- В) источник сообщения, кодирующее и декодирующее устройство информации, получатель.

**35. К средствам коммуникации относятся:**

- А) технические средства связи;
- Б) речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство;
- В) вербальные, невербальные, технические средства.

**36. Наиболее эффективная коммуникация - это коммуникация с помощью:**

- А) технических средств;
- Б) непосредственное общение лицом к лицу;
- В) сообщение с использованием невербальных средств коммуникации.

**37. Коммуникационная компетентность - это:**

- А) умение налаживать контакты;
- Б) умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации;
- В) умение использовать вербальные и невербальные средства общения.

**38. Основная цель переговоров - это:**

- А) демонстрация силы;
- Б) консенсус;
- В) утверждение собственных интересов.

**39. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач:**

- А) логические барьеры;
- Б) влияние окружающей среды;
- В) стилистические барьеры;
- Г) неправильное оформление сообщения;

**40. Назовите ошибки коммуникации**

- А) межкультурные различия;
- Б) несоответствие смысла и содержания информации;
- В) фонетические барьеры;
- Г) неконгруэнтность (несоответствие) вербальных и невербальных сигналов;
- Д) семантические барьеры.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля –  
Тестирование**

**41. Выделите факторы, которые влияют на содержание диалога:**

- А) интересы собеседников;
- Б) этнографические различия;
- В) статусно-ролевые отношения;
- Г) пространственная организация среды.

**42. Согласны ли Вы с утверждением, что реклама является главным средством специалиста по связям с общественностью:**

- А) да;
- Б) нет, но;
- В) не знаю.

**43. Можно ли отнести общение с человека с самим собой к коммуникации:**

- А) да;
- Б) нет;
- В) нельзя, так как процесс коммуникации предполагает диалог;
- Г) да, так как происходит обмен информацией.

**44. Социальная коммуникация- это:**

- А) процесс межличностного общения;
- Б) специализированный вид рекламы;
- В) процесс передачи информации;
- Г) опосредованный процесс передачи информации при помощи СМИ.

**45. Массовая коммуникация - это:**

- А) процесс потребления информации массовой аудиторией;
- Б) процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.

**46. Одним из компонентов схемы коммуникационного процесса по Ю. Воронцову является:**

- А) коммуникационная обстановка;
- Б) массовая аудитория;
- В) технические средства;
- Д) мимика и жесты.

**47. Барьерами коммуникации могут являться:**

- А) отсутствие коммуникации;
- Б) амбициозность технического персонала;
- В) неприятие имиджа коммуниканта;
- Г) наличие трибуны для выступления.

**48. Одной из функций управления А. Файоль считал:**

- А) поощрять за усердие;
- Б) наказывать за нерадивость;
- В) предвидеть;
- Г) следить за здоровьем.

**49. Коммуникационной проблемой организации является:**

- А) нарушение возможности получать и распространять информацию;
- Б) создание сетевого коммуникационного пространства;
- В) развитие нисходящих коммуникаций.

**50. Одним из средств невербальной коммуникации является:**

- А) тактильный контакт;
- Б) приказ о материальном поощрении;
- В) заявление об увольнении.

**51. В процессе межличностных коммуникаций информационная нагрузка слов составляет:**

- А) 97,5 %;
- Б) 7-10 %;
- В) 50 %;

Г) 0 %.

**52. К способам защиты от помех восприятия информации причислить:**

- А) повтор сообщения в разное время;
- Б) значительное повышение громкости речи;
- В) удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей;
- Г) внезапное прекращение вербальной коммуникации.

**53. К ресурсам коммуникации относят:**

- А) благоприятное мнение начальника о способностях менеджера по СО;
- Б) коммуникационные технологии;
- В) высшее образование;
- Г) отсутствие всяких принципов, в том числе мешающих работе.

**54. Целевая аудитория может быть дифференцирована:**

- А) по социально-демографическому принципу;
- Б) только по политико-географическому принципу;
- В) по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации;
- Г) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.

**55. Внутрифирменная коммуникационная политика должна быть направлена на:**

- А) удовлетворение амбиций руководителя организации;
- Б) поддержку равновесия формальной и неформальной структур внутри организации;
- В) удовлетворение всех коммуникационных желаний клиента;
- Г) полезное обеспечение контактов с внешней средой.

**56. Корпоративная миссия фирмы - это:**

- А) социально приемлемая концепция бизнеса фирмы;
- Б) зарабатывание денег;
- В) захват рынка;
- Г) устранение конкурентов.

**57. Непосредственное планирование коммуникации включает:**

- А) программирование;
- Б) получение руководящих указаний;
- В) выстраивание стратегических линий развития.

**58. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит:**

- А) в численности;
- Б) в степени экспрессивности и непредсказуемости;
- В) в организованности и наличии общей цели;
- Г) в степени динамичности.

**59. Величина потенциала влияния и уязвимости организации может вычисляться:**

- А) методом опроса случайных респондентов;
- Б) методом случайных величин;
- В) методом анализа документации.

**60. Эффективность коммуникации определяется:**

- А) получением запланированных результатов в запланированное время без привлечения дополнительных средств;
- Б) личным мнением руководителя организации;
- В) количеством сэкономленных в результате коммуникации средств;
- Г) количеством привлечённых клиентов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля –**

Тестирование

1. Выберите правильное, на ваш взгляд, понимание коммуникативной культуры:

- а) это изучение не только языков, но и культур других народов, их обычаев, традиций и норм поведения;
- б) это исследование различных видов культурной деятельности социальных групп и общностей, их норм, правил и ценностей;
- в) это овладение и развитие навыков и умений общения у представителей различных культур, которые включают знание языков, культур, обычаев, традиций и норм других народов.

2. Дайте определение следующих понятий:

- а) Псевдокоммуникация - это...;
- б) Квазикоммуникация - это.

3. Какие цели преследует изучение межкультурного взаимодействия коммуникативной культурой как учебной дисциплиной?

- а) определить место коммуникативной культуры среди других наук;
- б) определить предмет, методологию и понятийный аппарат коммуникативной культуры;
- в) способствовать правильной интерпретации инокультурного поведения, традиций, обычаев и т.д.;
- г) обучить практическим навыкам общения с представителями других культур;
- д) вырабатывать национальные культурные стандарты поведения.

4. Методами каких наук пользуется межкультурное взаимодействие как учебная дисциплина?

- а) лингвистики;
- б) этносемантики;
- в) этнологии;
- г) когнитивной психологии;
- д) педагогики;
- е) социологии;
- ж) политологии;
- з) теории коммуникации.

5. Этапы какого процесса перечислены?

- а) эйфория;
- б) фрустрация;
- в) естественное восприятие инокультурной среды.

6. Отметьте виды невербальной коммуникации:

- а) мимика;
- б) язык и речь;
- в) жесты;
- г) обмен посланиями (переписка);
- д) рукопожатие;
- е) поклон;
- ж) символы;
- з) традиции.

7. В каких этнонациональных культурах (дописать в скобках страну или регион) запрещается или не приветствуется:

- а) рукопожатие между мужчиной и женщиной ( );

- б) распитие спиртного во время фуршета, торжественных ужинов ( );
- в) интерес к здоровью супруги ( );
- г) поза сидящего человека «нога на ногу» ( );
- д) жест руки с поднятым большим пальцем ( );
- е) поглаживание по голове чужого ребенка ( );
- ж) упаковка подарка в обертку белого цвета ( );
- з) преподнесение в подарок часов ( ).

1. Каковы основные коммуникативные формы межкультурной коммуникации:

- а) вербальная, невербальная, паравербальная
- б) внутренняя, внешняя, смешанная
- в) бытовая, деловая, персональная

2. На чем основывается межкультурная коммуникация?

- а) образная система
- б) знаковая система
- в) символическая система

3. По восприятию времени культуры делятся на:

- а) полихронные
- б) монокронные
- в) автохронные
- г) интрохронные

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

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

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

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного	Этап формирования знаний
		ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных	Этап формирования умений

	отечественного опыта	типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
		ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
		ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования умений
		ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования навыков и получения опыта



ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
		ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования умений
		ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования навыков и получения опыта

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

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

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

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Соотношение понятий международные отношения, внешняя политика, мировая политика, дипломатия.
2. Основные центры международных исследований в России и за рубежом.
3. Экономический фактор в современных международных отношениях и в мировой политике.
4. Международные экономические организации и их роль в современном мире.
5. Правовой фактор в современных международных отношениях.
6. Проблемы международной безопасности и терроризм.
7. Наука о международных отношениях и ее составные элементы.
8. Междисциплинарный характер международных исследований.
9. Деятельность специалиста в области международных отношений в российских государственных структурах.
10. Виды неправительственных организаций в современных международных отношениях и деятельность специалиста в области международных отношений в них.
11. Дипломатия как средство регулирования международных отношений.
12. Сравнительный анализ концепций Ф.Фукуямы и С. Хантингтона.
13. Проблема "полюсности" современных международных отношений.
14. Сущность и основные противоречия глобализации.
15. Демократизация международных отношений как тенденция мирового развития.
16. Основные правила написания курсовой и дипломной работы по международным отношениям.
17. Основные направления современной внешней политики России.
18. Особенности внешнеполитического механизма РФ.
19. Основные приоритеты современной внешней политики России.
20. Механизм формирования и осуществления внешней политики России.
21. Экономическая безопасность.

22. Военная безопасность.
23. Экологическая безопасность.
24. Информационная безопасность.
25. Продовольственная безопасность.
26. Информационно-источниковое обеспечение научно-исследовательской работы в области международных отношений.

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

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

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

##### **5.1.1. Основная литература**

Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01744-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450881> (дата обращения: 03.12.2020).

##### **5.1.2. Дополнительная литература**

Певная, М. В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики : монография / М. В. Певная ; под научной редакцией Г. Е. Зборовского. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-10984-9. —

Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454782> (дата обращения: 03.12.2020).

Юдина, А. И. Культурная политика: межкультурная коммуникация и международные культурные обмены : практическое пособие для вузов / А. И. Юдина, Л. С. Жукова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 47 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11591-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457101> (дата обращения: 03.12.2020).

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 03.12.2020).

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

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
<p>Диссертационный зал Российской государственной библиотеки</p> <p>Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)</p>	<p>В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов</p> <p>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</p>	<p><a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a></p> <p>Доступ по регистрации в читальном зале Университета.</p> <p><a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a></p> <p>100% доступ</p>
<p>Научное наследие России</p>	<p>Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.</p>	<p><a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a></p> <p>100% доступ</p>
<p>Электронная библиотека учебников</p>	<p>На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.</p>	<p><a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a></p> <p>100% доступ</p>
<p>Cyberleninka</p>	<p>Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных</p>	<p><a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a></p> <p>100% доступ</p>

	журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;

- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

Самостоятельная работа.

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

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

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

20. Персональные компьютеры;
21. Средства доступа в Интернет;
22. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

6. Microsoft Office (Word, Excel) и др.

### 5.4.3. Информационные справочные системы

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



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

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

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

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

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

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

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины *«Международные коммуникации»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

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

При освоении дисциплины *«Международные коммуникации»* предусмотрено применением электронного обучения.

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

В рамках дисциплины *«Международные коммуникации»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с

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

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Романов И.В.

28 мая 2020 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Спонсорство и фандрайзинг

Направление подготовки  
*«Реклама и связи с общественностью»*

Направленность  
*«Современные социальные коммуникации»*

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения  
*Очная, заочная*

Москва 2020

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

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



М.В. Гундарин

(подпись)

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



И.В. Романов

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

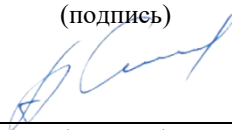


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

(подпись)



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано



И.Г. Маляр

Научная библиотека, директор

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) .....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата /магистратуры/специалитета</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата/магистратуры/специалитета</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	7
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) .....	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) .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28

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

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

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

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг»;
2. овладение навыками практического использования норм и принципов фандрайзинга;
3. формирование представлений о формах, методах, направлениях фандрайзинга;
4. приобретение навыков внедрения стандартов спонсорства и фандрайзинга в практику деятельности компании.

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

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

Изучение дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

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

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

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

ПКО-2

ПКО-3

ПК-2

ПК-4

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

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

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------------------	-----------------	--------------------------	--

<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>ПКО-2</p>	<p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного  ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта</p>
<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>ПКО-3</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов  ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций  ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций</p>
<p>Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-2</p>	<p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности  ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности  ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью  Участие в</p>	<p>ПК-4</p>	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>	<p>ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации  ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в</p>



разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью				разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации
--	--	--	--	---

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

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

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *экзамен*.

#### Очная форма обучения

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

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

#### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов			
	Всего	те	льная	работ
				Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
<b>Осенний семестр</b>								
Раздел 1. Теоретические основы фандрайзинга				4	6			
Раздел 2. Механизмы фандрайзинга				4	6			
Раздел 3. Планирование процесса привлечения средств				4	6			
Раздел 4. Информационное сопровождение спонсорства и фандрайзинга				4	6			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							

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

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся				
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час
<b>Осенний семестр</b>						

Раздел 1. Теоретические основы фандрайзинга			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 2. Механизмы фандрайзинга			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 3. Планирование процесса привлечения средств			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
Раздел 4. Информационное сопровождение спонсорства и фандрайзинга			Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС		Практическое задание		тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>							

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1.

**Цель:** формирование системы знаний о теоретико-методологической сущности спонсорства и фандрайзинга, благотворительность, меценат, спонсор

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

Понятие фандрайзинга. Цели фандрайзинга. Задачи фандрайзинга. Виды фандрайзинга. Объекты фандрайзинга.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

2. Конституция РФ статья 39

#### РАЗДЕЛ 2.

**Цель:** формирование понятия о процессе планирования привлечение средств и информационного сопровождения фандрайзинга.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Правила обращения в фонды. Первый контакт с фондом. Письмо-запрос. Инструкции фонда. Приоритеты фондов.

### **Вопросы для самоподготовки:**

Федеральный закон о благотворительной деятельности

### **РАЗДЕЛ 3.**

**Цель:** ознакомить с основами информационного сопровождения фандрайзинга

### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Ключевые мероприятия по привлечению ресурсов. Анализ внешней среды. Оценка результатов и отчетность.

### **Вопросы для самоподготовки:**

Федеральный закон о благотворительной деятельности

### **РАЗДЕЛ 4.**

**Цель:** освоить формы финансовой поддержки

### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Гранты и виды грантовой поддержки. Самофинансирование. Благотворительные мероприятия. Зарубежные фонды. Отечественные фонды. Местные фонды. Сбор пожертвований.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1 Федеральный закон о благотворительной деятельности

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

Составьте классификацию рисков фандрайзинга

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

Составьте перечень западных фондов, финансирующих культурные проекты

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

Составить краткий терминологический словарь (гlossарий), включающий основные понятия, описывающие фандрайзинговую деятельность, в том числе из нормативных правовых актов. (25-30 понятий)

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Разработайте проектную заявку для получения гранта

### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля –

Тестирование

- 6) Что не является источником средств в фандрайзинге
  - А) частное лицо
  - Б) фонд
  - В) НКО
  - Г) государственная организация
  
- 7) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчётом об их использовании - это
  - А) спонсорство
  - Б) грант
  - В) эндаумент фонд
  - Г) благотворительность
  
- 8) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
  - А) 39
  - Б) 38
  - В) 13
  - Г) 23
  
- 9) Самый распространённый источник финансирования НКО
  - А) коммерческие организации
  - Б) государственные органы
  - В) благотворительные фонды
  - Г) частные лица
  
- 10) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
  - А) пожертвование
  - Б) грант
  - В) эндаумент
  - Г) краудфандинг

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –**

Тестирование

2. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов

- А) льготы по налогообложению
- Б) повышение имиджа
- В) развитие местного сообщества
- Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?

- а) нравственные мотивы;
- б) рост доверия потребителей;
- в) реклама;
- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
- д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

- А) гуманитарных наук
- Б) естественных наук
- В) и то и другое
- Г) ни то ни другое

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля –**

Тестирование

2. Что не является причиной благотворительной деятельности фондов

- А) льготы по налогообложению
- Б) повышение имиджа

- В) развитие местного сообщества
- Г) коммерческие интересы

2. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?

- а) нравственные мотивы;
- б) рост доверия потребителей;
- в) реклама;
- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

3. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

4. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса;
- д) верны все ответы.

5. Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования в области

- А) гуманитарных наук
- Б) естественных наук
- В) и то и другое
- Г) ни то ни другое

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля –**

Тестирование

6) Что не является источником средств в фандрайзинге

- А) частное лицо
- Б) фонд
- В) НКО
- Г) государственная организация

7) Безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчетом об их использовании - это

- А) спонсорство
  - Б) грант
  - В) эндаумент фонд
  - Г) благотворительность
- 8) Какая статья конституции РФ регулирует фандрайзинговую и благотворительную деятельность?
- А) 39
  - Б) 38
  - В) 13
  - Г) 23
- 9) Самый распространенный источник финансирования НКО
- А) коммерческие организации
  - Б) государственные органы
  - В) благотворительные фонды
  - Г) частные лица
- 10) Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций - это
- А) пожертвование
  - Б) грант
  - В) эндаумент
  - Г) краудфандинг

#### РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

##### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

##### 4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики	ПКО2.1 Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного	Этап формирования знаний



	разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО2.2 Уметь: использовать на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Этап формирования умений
		ПКО2.3 Владеть: навыками достижения эффективности коммуникаций с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		ПКО 3.2 Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		ПКО 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК2.1 Знать: суть принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования знаний
		ПК 2.2 Уметь: использовать на практике совокупность принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования умений
		ПК 3.3 Владеть: навыками реализации коммуникационного	Этап формирования навыков и получения опыта

		продукта с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК4.1 Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
		ПК 4.2 Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования умений
		ПК 4.3 Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования навыков и получения опыта

#### 4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: ( 9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;

			<p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
<b>ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, ПК-4</b>	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
<b>ПКО-2, ПКО-3, ПК-2, ПК-4</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Определение основных понятий "фандрайзинг", "спонсоринг" благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.
2. Предмет фандрайзинга.
3. Характеристика основных сходств и различий.
4. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств.
5. Исторический аспект фандрайзинга.
6. Причины, мотивации и приоритеты фандрайзинга в современном обществе.
7. Фандрайзинг как система партнерства.
8. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
9. Субъекты фандрайзинга.
10. Виды спонсоринга и фандрайзинга.
11. Взаимодействие фандрайзинга с PR и рекламой.
12. Этический кодекс фандрайзера.
13. Социальная сфера, как область наибольшего распространения фандрайзинга.
14. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления
15. Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и социально-культурной сферы.
16. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества.
17. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов.
18. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды.
19. Основная классификация спонсоров.
20. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
21. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
22. Приоритетные направления государственной молодежной политики.
23. Система стимулирования спонсорства.
24. Теоретические и практические методы спонсоринга.
25. План-график фандрайзинга.

26. Подготовка пакета документов.
27. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами.
28. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования.
29. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.
30. Система маркетинговых коммуникаций, используемая фандрайзинге.
31. Задачи и функции спонсоринга и фандрайзинга в контексте маркетинговых коммуникаций.
32. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.
33. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
34. Основные направления PR-деятельности по фандрайзингу.
35. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге. PR технология "Семь слонов фандрайзинга".
36. Работа со СМИ. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
37. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
38. Формирование бюджета проекта. Составляющие бюджета.
39. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования.
40. Контроль над бюджетом. Учет и отчетность.
41. Оценка эффективности фандрайзинговой деятельности в молодежной среде.
42. Фандрайзинг в молодежной среде России

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

#### 5.1.1. Основная литература

Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450229> (дата обращения: 08.12.2020).

Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450048> (дата обращения: 03.12.2020).

#### 5.1.2. Дополнительная литература

Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07425-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451359> (дата обращения: 08.12.2020).

Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457256> (дата обращения: 03.12.2020).

### 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
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	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ

	поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников  Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.  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://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки.  Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении



заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

23. Персональные компьютеры;
24. Средства доступа в Интернет;
25. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

7. Microsoft Office (Word, Excel) и др.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования –	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей,	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.

7.	Scopus: Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	опубликованных в научных изданиях. Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.
----	--	--	--

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Спонсорство и фандрайзинг» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных

занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины *«Спонсорство и фандрайзинг»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

 УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В.Романов  
28 мая 2020 года

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЧЕЛОВЕК В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Направление подготовки  
42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*»

Направленность  
«*Современные социальные коммуникации*»

### ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения  
*Очная, заочная*

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.  
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

---

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента  
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года  
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



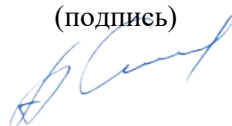
Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

---

(подпись)



---

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической  
работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	22
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	22
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

### **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата**

Дисциплина «Человек в коммуникативном пространстве» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Общая теория коммуникации
- Исследования в коммуникации

### **1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5, УК-6, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02. *Журналистика*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:



Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	20	20
Учебные занятия лекционного типа		
Практические занятия	10	10
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	52	52
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	4	4
Учебные занятия лекционного типа	2	2
Практические занятия	2	2
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	68	68
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>(Семестр 1)</b>								
Раздел 1.1								
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	26	10	5	5			
Раздел 2.1								
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	26	10	5	5			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>52</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>			
<b>Форма</b>	<b>Зачет</b>							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
промежуточной аттестации								

*Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>(Семестр 1)</b>								
Раздел 1.1								
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	34	2	1	1			
Раздел 2.1								
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	34	2	1	1			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>68</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							

## РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

#### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>52</b>	<b>28</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	

#### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование

Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>44</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

**РАЗДЕЛ 1.** Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве

*Цель: Изучить предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве*

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции.

Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент). Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации - неуместность места), несвоевременность (нарушение временны х условий коммуникации - неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации — неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта. Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах. Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации.

Вербальные и невербальные коммуникации; вертикальные и горизонтальные коммуникации; офисные коммуникации; конфликтные и протестные коммуникации;

уличные коммуникации, формы речевой коммуникации, устноречевая коммуникация, свойства и ситуативная обусловленность устно-речевой коммуникации ; виды устно-речевой коммуникации; умение говорить; умение слушать; обратная связь в говорении и слушании; применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации; письменно-речевая коммуникация, свойства, виды и функции, навыки и умения письма и чтения, речевое воздействие письменной информации, типы фиксации письменно-речевых произведений, реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: реферат.**

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
2. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
3. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
4. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.
5. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.
6. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
7. Философско-методологические основы герменевтики.
8. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
9. «Язык – дом бытия»: герменевтика М. Хайдеггера.
10. Проблема понимания: герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
11. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
12. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
13. «Обыденный язык» и теория речевых актов Дж. Остина.
14. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
15. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса.
16. Технократические подходы к изучению коммуникации.
17. Теория информационного общества.
18. Коммуникативное пространство в теории Г.М. Маклюэна.
19. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
20. Интеракционный подход в теории коммуникации.
21. Теории межкультурной коммуникации.
22. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
23. Язык и знаковые системы: структурная лингвистика Ф. де Соссюра.
24. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
25. Массовая коммуникация в современном обществе.
26. Роль «лингвистического поворота» в философии XX в. в развитии теории коммуникации.
27. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.
28. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
29. Информационная концепция коммуникации.
30. Кибернетические аспекты коммуникации: живые организмы и машины в концепции Н.Винера

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ КРАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

## **РАЗДЕЛ 2.Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации**

*Цель: Изучить виды, уровни, функции и семиотику коммуникации*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

*Межличностная коммуникация*, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении; *групповая коммуникация*, понятие малой группы, разновидности малых групп, коммуникативные структуры малой группы; специфика коммуникации в малой группе, особенности коммуникации в семье; *массовая коммуникация*, ее специфические характеристики, структура и функции; роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях; *межкультурная коммуникация*, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры, стили вербального и невербального общения в различных культурах, межкультурная компетенция, критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации; внешние и внутренние коммуникации; непосредственные (прямые); опосредованные коммуникации; активные и пассивные коммуникации; случайные и организованные коммуникации.

Коммуникации в деловом общении, коммуникация в организациях; коммуникация как функция управления организацией; особенности внутренних коммуникаций в организации; виды коммуникаций в организациях; формы деловой коммуникации в организации; особенности маркетинговых коммуникаций; политическая коммуникация; понятие политической коммуникации; структура, средства и модели политической коммуникации; электоральная политическая коммуникация; политическая коммуникация в информационном обществе; публичная коммуникация, ее формы, жанры публичной коммуникации, устная публичная учебная коммуникация; устная деловая публичная коммуникация; устная публицистическая коммуникация.

Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации.

Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: презентация.**

Перечень тем презентаций к разделу 2:

1. Типы средства массовой информации и их влияние
2. Аудитории СМИ
3. Искусство убеждения. Социальное влияние СМИ.
4. Медиа технологии и инновации
5. Регулирование СМИ и политика
6. СМИ, Этика и Закон
7. СМИ, Религия, и Культура
8. Социальная ответственность СМИ
9. СМИ и развлечение
10. Коммуникация и демократия
11. Международная коммуникация и глобальная связь
12. Межкультурная коммуникация: теория, исследование и практика
13. Коммуникационная теория и методология
14. Массовая коммуникация в политике
15. Массовая коммуникация в культуре
16. Типы коммуникации и ее эффектов
17. Цифровая коммуникация. Регулирование и общественные действия
18. Организационная коммуникация
19. Интегрированная маркетинговая коммуникация
20. Рекламная практика и творческие стратегии связей с общественностью
21. Фирменный стиль и брендинг
22. Реклама и культура потребления
23. Коммуникационное изобразительное искусство и науки
24. Документальный фильм и пропагандистский фильм
25. Проблемы развития творческого мышления и креативных методов
26. Креативная реклама: сущность, специфика, проблемы;
27. Формирование имиджа региона коммуникационными средствами;
28. Инновационные коммуникации в образовании и науке;
29. Формирование брендов инноваций;
30. Правовые аспекты коммуникации, PR и рекламы

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.



Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрами.

## **РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Этап формирования знаний
		УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	Этап формирования умений
		УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Этап формирования знаний
		УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей. действовать в нестандартных ситуациях	Этап формирования умений
		УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	Этап формирования навыков и получения опыта

### **4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
УК-5, УК-6	Этап формирования	Теоретический блок вопросов.	1) обучающийся глубоко и прочно освоил

	знаний.	<p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:  ( 9-10] баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:  [8-9) баллов;  3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:  (6-8) баллов;  4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки:  [0-6] баллов.</p>
--	---------	--	--

УК-5, УК-6	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
УК-5, УК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.

4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
7. Коммуникативное пространство и его виды.
8. Социальный коммуникативный акт.
9. Виды коммуникации.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Средства коммуникации.
12. Представление о коммуникации как процессе и структуре.
13. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
14. Сущность и функции межличностной коммуникации.
15. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
17. Аргументация в коммуникативном процессе.
18. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение,
19. Личность в системе коммуникации.
20. Понятие языковой личности.
21. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативно сфере.
22. Границы коммуникативной сферы.
23. Распространение информации в реальной человеческой среде.
24. Коды в процессе общения
25. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
26. Мотивированность действий коммуникантов.

Аналитическое задани :

1. Какое из приведенных понятий более общее:
  - а) социальная коммуникация;
  - б) межличностная коммуникация.
2. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это:
  - а) социометрические звезды;
  - б) лидеры мнения;
  - в) референтная группа.
3. Понятие «обратная связь» было введено:
  - а) в кибернетической модели коммуникации;
  - б) в психологических моделях коммуникации;
  - в) в герменевтическом анализе коммуникации.
4. Иметь форму законченного текста скорее должно:
  - а) сообщение в рамках межличностной коммуникации;
  - б) сообщение в рамках массовой коммуникации.
5. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов:
  - а) информационная;
  - б) регулирующая;
  - в) культурная;
  - г) развлекательная;

- д) мобилизующая.
6. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех.
7. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:
- а) социальная коммуникация;
  - б) индивидуальная коммуникация;
  - в) межличностная коммуникация;
  - г) массовая коммуникация.
8. Адресат - это:
- а) объект коммуникации;
  - б) субъект коммуникации.
9. Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации:
- а) К.Шеннон;
  - б) Г.Гадамер;
  - в) К.Г.Юнг.
10. Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садится на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация?
- а) да;
  - б) нет.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

#### 5.1.1. Основная литература

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795>.
2. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851>.
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>.
3. Кольшклина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07299-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452463>.
4. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>.
5. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>.

### 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал	В настоящее время Электронная	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a>

Российской государственной библиотеки	библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	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
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам. Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию онаучных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и

практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.



Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

- 26. Персональные компьютеры;
- 27. Средства доступа в Интернет;
- 28. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

- 8. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др\*.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.

		технических журналах.	Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Коллекция «Музыка» Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

### **5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

Для изучения дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 «Человек в коммуникативном пространстве» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.02 Журналистика.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
10.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»**

  
УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В.Романов  
28 мая 2020 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ЧЕЛОВЕК В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**Направление подготовки**  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**  
**«Современные социальные коммуникации»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
**Очная, заочная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.  
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

---

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента  
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года  
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



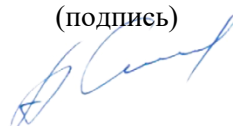
Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

---

(подпись)



---

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической  
работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

# СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	22
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	22
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28



## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
5. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

### **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата**

Дисциплина «Человек в коммуникативном пространстве» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Общая теория коммуникации
- Исследования в коммуникации

### **1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5, УК-6, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02. *Журналистика*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	20	20
Учебные занятия лекционного типа		
Практические занятия	10	10
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	52	52
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	4	4
Учебные занятия лекционного типа	2	2
Практические занятия	2	2
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	68	68
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>(Семестр 1)</b>								
Раздел 1.1								
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	26	10	5	5			
Раздел 2.1								
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	26	10	5	5			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>52</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>			
<b>Форма</b>	<b>Зачет</b>							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
промежуточной аттестации								

*Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>(Семестр 1)</b>								
Раздел 1.1								
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	34	2	1	1			
Раздел 2.1								
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	34	2	1	1			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>68</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							

## РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

#### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>52</b>	<b>28</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	

#### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование

Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>44</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

**РАЗДЕЛ 1.** Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве

*Цель: Изучить предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве*

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции.

Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент). Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации - неуместность места), несвоевременность (нарушение временны х условий коммуникации - неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации — неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта. Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах. Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации.

Вербальные и невербальные коммуникации; вертикальные и горизонтальные коммуникации; офисные коммуникации; конфликтные и протестные коммуникации;

личные коммуникации, формы речевой коммуникации, устноречевая коммуникация, свойства и ситуативная обусловленность устно-речевой коммуникации ; виды устно-речевой коммуникации; умение говорить; умение слушать; обратная связь в говорении и слушании; применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации; письменно-речевая коммуникация, свойства, виды и функции, навыки и умения письма и чтения, речевое воздействие письменной информации, типы фиксации письменно-речевых произведений, реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Форма практического задания: реферат.**

Перечень тем рефератов к разделу 1:

31. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
32. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
33. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
34. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.
35. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.
36. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
37. Философско-методологические основы герменевтики.
38. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
39. «Язык – дом бытия»: герменевтика М. Хайдеггера.
40. Проблема понимания: герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
41. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
42. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
43. «Обыденный язык» и теория речевых актов Дж. Остина.
44. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
45. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса.
46. Технократические подходы к изучению коммуникации.
47. Теория информационного общества.
48. Коммуникативное пространство в теории Г.М. Маклюэна.
49. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
50. Интеракционный подход в теории коммуникации.
51. Теории межкультурной коммуникации.
52. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
53. Язык и знаковые системы: структурная лингвистика Ф. де Соссюра.
54. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
55. Массовая коммуникация в современном обществе.
56. Роль «лингвистического поворота» в философии XX в. в развитии теории коммуникации.
57. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.
58. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
59. Информационная концепция коммуникации.
60. Кибернетические аспекты коммуникации: живые организмы и машины в концепции Н.Винера

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

## **РАЗДЕЛ 2. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации**

*Цель: Изучить виды, уровни, функции и семиотику коммуникации*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

*Межличностная коммуникация*, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении; *групповая коммуникация*, понятие малой группы, разновидности малых групп, коммуникативные структуры малой группы; специфика коммуникации в малой группе, особенности коммуникации в семье; *массовая коммуникация*, ее специфические характеристики, структура и функции; роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях; *межкультурная коммуникация*, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры, стили вербального и невербального общения в различных культурах, межкультурная компетенция, критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации; внешние и внутренние коммуникации; непосредственные (прямые); опосредованные коммуникации; активные и пассивные коммуникации; случайные и организованные коммуникации.

Коммуникации в деловом общении, коммуникация в организациях; коммуникация как функция управления организацией; особенности внутренних коммуникаций в организации; виды коммуникаций в организациях; формы деловой коммуникации в организации; особенности маркетинговых коммуникаций; политическая коммуникация; понятие политической коммуникации; структура, средства и модели политической коммуникации; электоральная политическая коммуникация; политическая коммуникация в информационном обществе; публичная коммуникация, ее формы, жанры публичной коммуникации, устная публичная учебная коммуникация; устная деловая публичная коммуникация; устная публицистическая коммуникация.

Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации.

Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: презентация.**

Перечень тем презентаций к разделу 2:



31. Типы средства массовой информации и их влияние
32. Аудитории СМИ
33. Искусство убеждения. Социальное влияние СМИ.
34. Медиа технологии и инновации
35. Регулирование СМИ и политика
36. СМИ, Этика и Закон
37. СМИ, Религия, и Культура
38. Социальная ответственность СМИ
39. СМИ и развлечение
40. Коммуникация и демократия
41. Международная коммуникация и глобальная связь
42. Межкультурная коммуникация: теория, исследование и практика
43. Коммуникационная теория и методология
44. Массовая коммуникация в политике
45. Массовая коммуникация в культуре
46. Типы коммуникации и ее эффектов
47. Цифровая коммуникация. Регулирование и общественные действия
48. Организационная коммуникация
49. Интегрированная маркетинговая коммуникация
50. Рекламная практика и творческие стратегии связей с общественностью
51. Фирменный стиль и брендинг
52. Реклама и культура потребления
53. Коммуникационное изобразительное искусство и науки
54. Документальный фильм и пропагандистский фильм
55. Проблемы развития творческого мышления и креативных методов
56. Креативная реклама: сущность, специфика, проблемы;
57. Формирование имиджа региона коммуникационными средствами;
58. Инновационные коммуникации в образовании и науке;
59. Формирование брендов инноваций;
60. Правовые аспекты коммуникации, PR и рекламы

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрами.

## **РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Этап формирования знаний
		УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	Этап формирования умений
		УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Этап формирования знаний
		УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей. действовать в нестандартных ситуациях	Этап формирования умений
		УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	Этап формирования навыков и получения опыта

### **4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
УК-5, УК-6	Этап формирования	Теоретический блок вопросов.	1) обучающийся глубоко и прочно освоил

	знаний.	<p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:  ( 9-10] баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:  [8-9) баллов;  3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:  (6-8) баллов;  4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки:  [0-6] баллов.</p>
--	---------	--	--

УК-5, УК-6	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
УК-5, УК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.

4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
7. Коммуникативное пространство и его виды.
8. Социальный коммуникативный акт.
9. Виды коммуникации.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Средства коммуникации.
12. Представление о коммуникации как процессе и структуре.
13. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
14. Сущность и функции межличностной коммуникации.
15. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
17. Аргументация в коммуникативном процессе.
18. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение,
19. Личность в системе коммуникации.
20. Понятие языковой личности.
21. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативно сфере.
22. Границы коммуникативной сферы.
23. Распространение информации в реальной человеческой среде.
24. Коды в процессе общения
25. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
26. Мотивированность действий коммуникантов.

Аналитическое задани :

11. Какое из приведенных понятий более общее:
  - а) социальная коммуникация;
  - б) межличностная коммуникация.
12. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это:
  - а) социометрические звезды;
  - б) лидеры мнения;
  - в) референтная группа.
13. Понятие «обратная связь» было введено:
  - а) в кибернетической модели коммуникации;
  - б) в психологических моделях коммуникации;
  - в) в герменевтическом анализе коммуникации.
14. Иметь форму законченного текста скорее должно:
  - а) сообщение в рамках межличностной коммуникации;
  - б) сообщение в рамках массовой коммуникации.
15. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов:
  - а) информационная;
  - б) регулирующая;
  - в) культурная;
  - г) развлекательная;

д) мобилизующая.

16. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех.

17. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:

- а) социальная коммуникация;
- б) индивидуальная коммуникация;
- в) межличностная коммуникация;
- г) массовая коммуникация.

18. Адресат - это:

- а) объект коммуникации;
- б) субъект коммуникации.

19. Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации:

- а) К.Шеннон;
- б) Г.Гадамер;
- в) К.Г.Юнг.

20. Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садится на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация?

- а) да;
- б) нет.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

#### 5.1.1. Основная литература

3. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795>.
4. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

6. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851>.
7. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>.
8. Кольшклина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07299-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452463>.
9. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>.
10. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>.

### 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал	В настоящее время Электронная	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a>

Российской государственной библиотеки	библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	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
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам. Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию онаучных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и



практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

- 29. Персональные компьютеры;
- 30. Средства доступа в Интернет;
- 31. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

- 9. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др\*.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.

		технических журналах.	Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Коллекция «Музыка» Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

### **5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

Для изучения дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 «Человек в коммуникативном пространстве» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.02 Журналистика.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
11.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»**

  
УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В.Романов  
28 мая 2020 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ЧЕЛОВЕК В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**Направление подготовки**  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность**  
**«Современные социальные коммуникации»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
**Очная, заочная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.  
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента  
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года  
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

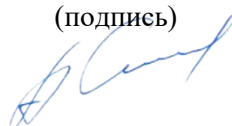


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

\_\_\_\_\_  
(подпись)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической  
работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)



## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.....	22
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	22
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе современного коммуникационного процесса; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

1. систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социо-психологические, семиотические, лингвистические аспекты;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
3. освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
- б. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

### **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата**

Дисциплина «Человек в коммуникативном пространстве» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки «42.03.01. Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формам обучения.

Изучение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Общая теория коммуникации
- Исследования в коммуникации

### **1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-5, УК-6, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02. *Журналистика*.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур
			УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии
			УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей.: действовать в нестандартных ситуациях
			УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	20	20
Учебные занятия лекционного типа		
Практические занятия	10	10
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	52	52
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	4	4
Учебные занятия лекционного типа	2	2
Практические занятия	2	2
Лабораторные занятия		
Контактная работа в ЭИОС		
Иная контактная работа		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	68	68
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>		
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

## 2.2. Учебно-тематический план дисциплины

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>(Семестр 1)</b>								
Раздел 1.1								
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	26	10	5	5			
Раздел 2.1								
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	26	10	5	5			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>52</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>			
<b>Форма</b>	<b>Зачет</b>							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
промежуточной аттестации								

*Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>(Семестр 1)</b>								
Раздел 1.1								
Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	36	34	2	1	1			
Раздел 2.1								
Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	36	34	2	1	1			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>68</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							

## РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

#### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	26	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>52</b>	<b>28</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	

#### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.1. Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование

Раздел 2.1. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации	34	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	презентация	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>44</b>		<b>20</b>		<b>4</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

**РАЗДЕЛ 1.** Предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве

*Цель: Изучить предмет, базовые аспекты, исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве*

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции.

Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент). Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации - неуместность места), несвоевременность (нарушение временны х условий коммуникации - неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации — неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта. Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах. Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации.

Вербальные и невербальные коммуникации; вертикальные и горизонтальные коммуникации; офисные коммуникации; конфликтные и протестные коммуникации;

уличные коммуникации, формы речевой коммуникации, устноречевая коммуникация, свойства и ситуативная обусловленность устно-речевой коммуникации ; виды устно-речевой коммуникации; умение говорить; умение слушать; обратная связь в говорении и слушании; применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации; письменно-речевая коммуникация, свойства, виды и функции, навыки и умения письма и чтения, речевое воздействие письменной информации, типы фиксации письменно-речевых произведений, реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Форма практического задания: реферат.**

Перечень тем рефератов к разделу 1:

61. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
62. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
63. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
64. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.
65. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.
66. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
67. Философско-методологические основы герменевтики.
68. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
69. «Язык – дом бытия»: герменевтика М. Хайдеггера.
70. Проблема понимания: герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
71. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
72. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
73. «Обыденный язык» и теория речевых актов Дж. Остина.
74. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
75. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса.
76. Технократические подходы к изучению коммуникации.
77. Теория информационного общества.
78. Коммуникативное пространство в теории Г.М. Маклюэна.
79. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
80. Интеракционный подход в теории коммуникации.
81. Теории межкультурной коммуникации.
82. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
83. Язык и знаковые системы: структурная лингвистика Ф. де Соссюра.
84. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
85. Массовая коммуникация в современном обществе.
86. Роль «лингвистического поворота» в философии XX в. в развитии теории коммуникации.
87. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.
88. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
89. Информационная концепция коммуникации.
90. Кибернетические аспекты коммуникации: живые организмы и машины в концепции Н.Винера

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

## **РАЗДЕЛ 2. Виды, уровни, функции и семиотика коммуникации**



*Цель: Изучить виды, уровни, функции и семиотику коммуникации*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

*Межличностная коммуникация*, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении; *групповая коммуникация*, понятие малой группы, разновидности малых групп, коммуникативные структуры малой группы; специфика коммуникации в малой группе, особенности коммуникации в семье; *массовая коммуникация*, ее специфические характеристики, структура и функции; роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях; *межкультурная коммуникация*, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры, стили вербального и невербального общения в различных культурах, межкультурная компетенция, критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации; внешние и внутренние коммуникации; непосредственные (прямые); опосредованные коммуникации; активные и пассивные коммуникации; случайные и организованные коммуникации.

Коммуникации в деловом общении, коммуникация в организациях; коммуникация как функция управления организацией; особенности внутренних коммуникаций в организации; виды коммуникаций в организациях; формы деловой коммуникации в организации; особенности маркетинговых коммуникаций; политическая коммуникация; понятие политической коммуникации; структура, средства и модели политической коммуникации; электоральная политическая коммуникация; политическая коммуникация в информационном обществе; публичная коммуникация, ее формы, жанры публичной коммуникации, устная публичная учебная коммуникация; устная деловая публичная коммуникация; устная публицистическая коммуникация.

Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации.

Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: презентация.**

Перечень тем презентаций к разделу 2:

61. Типы средства массовой информации и их влияние
62. Аудитории СМИ
63. Искусство убеждения. Социальное влияние СМИ.
64. Медиа технологии и инновации
65. Регулирование СМИ и политика
66. СМИ, Этика и Закон
67. СМИ, Религия, и Культура
68. Социальная ответственность СМИ
69. СМИ и развлечение
70. Коммуникация и демократия
71. Международная коммуникация и глобальная связь
72. Межкультурная коммуникация: теория, исследование и практика
73. Коммуникационная теория и методология
74. Массовая коммуникация в политике
75. Массовая коммуникация в культуре
76. Типы коммуникации и ее эффектов
77. Цифровая коммуникация. Регулирование и общественные действия
78. Организационная коммуникация
79. Интегрированная маркетинговая коммуникация
80. Рекламная практика и творческие стратегии связей с общественностью
81. Фирменный стиль и брендинг
82. Реклама и культура потребления
83. Коммуникационное изобразительное искусство и науки
84. Документальный фильм и пропагандистский фильм
85. Проблемы развития творческого мышления и креативных методов
86. Креативная реклама: сущность, специфика, проблемы;
87. Формирование имиджа региона коммуникационными средствами;
88. Инновационные коммуникации в образовании и науке;
89. Формирование брендов инноваций;
90. Правовые аспекты коммуникации, PR и рекламы

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрами.

## **РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знает различия этнических особенностей, традиций и культур	Этап формирования знаний
		УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	Этап формирования умений
		УК-5.2 Умеет осуществлять деятельность в кросс-культурном пространстве	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает этический кодекс профессии	Этап формирования знаний
		УК-6.2 Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей. действовать в нестандартных ситуациях	Этап формирования умений
		УК-6.3 Владеет базовыми навыками саморазвития.	Этап формирования навыков и получения опыта

### **4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
УК-5, УК-6	Этап формирования	Теоретический блок вопросов.	1) обучающийся глубоко и прочно освоил

	знаний.	<p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:  ( 9-10] баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:  [8-9) баллов;  3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:  (6-8) баллов;  4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки:  [0-6] баллов.</p>
--	---------	--	--

УК-5, УК-6	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
УК-5, УК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.

4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
7. Коммуникативное пространство и его виды.
8. Социальный коммуникативный акт.
9. Виды коммуникации.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Средства коммуникации.
12. Представление о коммуникации как процессе и структуре.
13. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
14. Сущность и функции межличностной коммуникации.
15. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
17. Аргументация в коммуникативном процессе.
18. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение,
19. Личность в системе коммуникации.
20. Понятие языковой личности.
21. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативно сфере.
22. Границы коммуникативной сферы.
23. Распространение информации в реальной человеческой среде.
24. Коды в процессе общения
25. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
26. Мотивированность действий коммуникантов.

Аналитическое задани :

21. Какое из приведенных понятий более общее:
  - а) социальная коммуникация;
  - б) межличностная коммуникация.
22. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это:
  - а) социометрические звезды;
  - б) лидеры мнения;
  - в) референтная группа.
23. Понятие «обратная связь» было введено:
  - а) в кибернетической модели коммуникации;
  - б) в психологических моделях коммуникации;
  - в) в герменевтическом анализе коммуникации.
24. Иметь форму законченного текста скорее должно:
  - а) сообщение в рамках межличностной коммуникации;
  - б) сообщение в рамках массовой коммуникации.
25. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов:
  - а) информационная;
  - б) регулирующая;
  - в) культурная;
  - г) развлекательная;

- д) мобилизующая.
26. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете. Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех.
27. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:
- а) социальная коммуникация;
  - б) индивидуальная коммуникация;
  - в) межличностная коммуникация;
  - г) массовая коммуникация.
28. Адресат - это:
- а) объект коммуникации;
  - б) субъект коммуникации.
29. Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации:
- а) К.Шеннон;
  - б) Г.Гадамер;
  - в) К.Г.Юнг.
30. Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садится на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация?
- а) да;
  - б) нет.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

#### 5.1.1. Основная литература

5. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795>.
6. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

#### 5.1.2. Дополнительная литература

11. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851>.
12. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>.
13. Кольшклина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07299-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452463>.
14. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>.
15. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>.

### 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал	В настоящее время Электронная	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a>



Российской государственной библиотеки	библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	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
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам. Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию онаучных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и

практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

- 32. Персональные компьютеры;
- 33. Средства доступа в Интернет;
- 34. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

- 10. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др\*.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.

		технических журналах.	Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Коллекция «Музыка» Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

### **5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

Для изучения дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (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 «Человек в коммуникативном пространстве» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.02 Журналистика.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
12.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В. Романов

28 мая 2020 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

*Концепции маркетинга*

Направление подготовки  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность  
«Современные социальные коммуникации»

### ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Квалификация  
*Бакалавр*

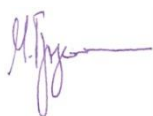
Форма обучения  
*Очная*  
*Заочная*

Москва 2020

Рабочая программа учебной дисциплины «Концепции маркетинга» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе:  
к.э.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента Чардымский М.Г.  
Руководитель основной образовательной программы



(подпись)

И.О. Фамилия  
М.В. Гундарин

к.филол.н., доцент факультета коммуникативного менеджмента

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от 28 мая 2020 г.

Декан факультета

ученая степень, ученое звание



(подпись)

И.О.Фамилия

к.псих.н.

И.В. Романов

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы



(подпись)

И.О.Фамилия

Психология и бизнес Консалтинг груп

ученая степень, ученое звание,

должность, место работы

И.Е. Ниесов

Консалтинговая группа «Орта»,

Генеральный директор

Согласовано

Научная библиотека, директор



(подпись)

И.О.Фамилия  
А.А.Сафронов

И.О. Фамилия  
И.Г.Маляр



## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины .....	6
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	10
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	17
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины .....	22
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	24
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	25
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	26
5.6. Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	28

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Цель учебной дисциплины «Концепции маркетинга» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о средствах, методах и приемах брендинга, как важнейшей части маркетинговых коммуникаций, с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

15. Знать основные средства, принципы и методы брендинга.
16. Сформировать представление о процессе и системе управления маркетингом.
17. Знать основные виды маркетинговых коммуникаций, инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
18. Уметь формулировать требования к проведению маркетинговых исследований по сбору первичной информации различными методами.
19. Уметь рассчитывать розничные цены на основе исходных данных, определять оптимальные каналы сбыта различных товаров.
20. Уметь разрабатывать комплекс брендинга для потребительских товаров.
21. Приобрести первичные навыки разработки условий бренд-мероприятий в области личной продажи, методов стимулирования сбыта и других видов маркетинговых коммуникаций.

### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата**

Учебная дисциплина «Концепции маркетинга» реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Современные социальные коммуникации» очной и заочной форм обучения.

Изучение учебной дисциплины «Концепции маркетинга» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала следующих учебных дисциплин:

- Общая теория коммуникации;
- Психотехнологии коммуникативного менеджмента;
- Экономика;
- Социология;
- Креативные технологии;
- Стилистика и литературное редактирование;
- Проектная деятельность;
- Работа с современными редакторами контента и др.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Брендинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Личные продажи;
- Методы стимулирования сбыта;
- Технологии брендинга;
- Организация и проведение специальных событий;
- Выставочно-ярмарочная деятельность;
- Корпоративная коммуникация;

- Интернет-маркетинг и т.д.

### 1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: ПКО-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Знает специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.
			ПКО-2.2. Умеет применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.
			ПКО-2.3. Владеет навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины «Концепции маркетинга», изучаемой при очной форме обучения в 3 семестре, при заочной форме обучения - в 2, 3 семестрах, составляет 4 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3				
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>40</b>	<b>40</b>				
Учебные занятия лекционного типа	16	16				
Практические занятия	24	24				
Лабораторные занятия	0	0				
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0				

Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68				
Контроль промежуточной аттестации (час)	36	экзамен 36				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>				

### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		2	3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	16	12	4			
Учебные занятия лекционного типа	8	6	2			
Практические занятия	8	6	2			
Лабораторные занятия	0	0	0			
Контактная работа в ЭИОС и ИКР	0	0	0			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	119	96	23			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9		экзамен 9			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>36</b>			

## 2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 1.</b> Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда	27	17	10	4	6	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
<b>Раздел 2.</b> Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара	27	17	10	4	6	0	0
Тема 2.1.							

Тема 2.2.								
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	27	17	10	4	6	0	0	
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
<b>Раздел 4. Брендинговые коммуникации</b>	27	17	10	4	6	0	0	
Тема 4.1.								
Тема 4.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>68</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС и ИКР
<b>Семестр 2</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 1.1.							
Тема 1.2.							
<b>Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	36	32	4	2	2	0	0
Тема 2.1.							
Тема 2.2.							
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге.</b>	36	32	4	2	2	0	0

<b>Ценообразование и организация сбыта</b>								
Тема 3.1.								
Тема 3.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>96</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>								
<b>Семестр 3</b>								
<b>Раздел 4.</b>	27	23	4	2	2	0	0	
Тема 4.1.								
Тема 4.2.								
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>119</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

### РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Реферат	2	Исследовательская работа

<b>Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 4. Брендинговые коммуникации</b>	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческое задание	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>68</b>	<b>28</b>		<b>32</b>		<b>8</b>	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>68</b>	<b>28</b>		<b>32</b>		<b>8</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 2</b>							
<b>Раздел 1. Общая характеристика брендинга. Маркетинговая среда</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Реферат	2	Исследовательская работа

<b>Раздел 2. Брендинговые исследования. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Раздел 3. Товар в маркетинге. Ценообразование и организация сбыта</b>	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	15	Ситуационное задание	2	Организационно-управленческая работа
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>96</b>	<b>45</b>		<b>45</b>		<b>6</b>	
<b>Семестр 3</b>							
<b>Раздел 4. Брендинговые коммуникации</b>	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>23</b>	<b>10</b>		<b>11</b>		<b>2</b>	
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>119</b>	<b>55</b>		<b>56</b>		<b>8</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БРЕНДИНГА. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

##### Тема 1.1.

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

Исследовательская

##### Тема 1.2.

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.



**Вопросы для самоподготовки:**

3.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

**Форма практического задания:** реферат.

Перечень тем реферата:

3.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.**

**Форма рубежного контроля:** исследовательская работа.

Тема:

Условия задания:

## **РАЗДЕЛ 2. БРЕНДИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА**

**Тема 2.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

**Тема 2.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма практического задания:** ситуационное задание.

Тема:

Условия задания:

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2.**

**Форма рубежного контроля:** организационно-управленческая работа.

Тема:

Условия задания:

## **РАЗДЕЛ 3. ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА**

### **Тема 3.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

### **Тема 3.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма практического задания:** ситуационное задание.

**Тема:**

**Условия задания:**

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3.**

**Форма рубежного контроля:** организационно-управленческая работа.

**Тема:**

**Условия задания:**

## **РАЗДЕЛ 4. БРЕНДИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

### **Тема 4.1.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

### **Тема 4.2.**

**Цель:**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

3.

**Вопросы для самоподготовки:**

3.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4.**

**Форма практического задания:** творческое задание.

**Тема:**

**Условия задания:**

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4.

**Форма рубежного контроля:** компьютерное тестирование.

Примеры вопросов контрольного теста:

### РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Концепции маркетинга» является экзамен, который проводится в устной форме.

#### 4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПКО-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: специфику разных типов СМИ и других медиа, а также имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности в медиасфере.	Этап формирования знаний
		Уметь: применять на практике знания специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта авторской деятельности.	Этап формирования умений
		Владеть: навыками обеспечения высокой эффективности коммуникаций при осуществлении авторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа.	Этап формирования навыков и получения опыта

#### 4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПКО-2	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе,

		<p>программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:  ( 9-10] баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:  [8-9) баллов;  3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:  (6-8) баллов;  4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки:  [0-6] баллов.</p>
--	--	---	--

ПКО-2	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
ПКО-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

3.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

### **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины**

##### **5.1.1. Основная литература**

5. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. М.: Дашков и К°, 2016. 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>.
6. Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг: Учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2018. 440 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>.

##### **5.1.2. Дополнительная литература**

15. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Брендинговые исследования: теория и практика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. И доп. М.: Юрайт, 2019. 570 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425174>.
16. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 474 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426253>.
17. Голубкова Е.Н. Интегрированные брендинговые коммуникации: Учебник и практикум для академического бакалавриата 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 363 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>.
18. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник и практикум для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 521 с. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450105>.
19. Давыденко Е.А., Евневич М.А. Маркетинг в информационном обществе: Учебное пособие. М.: Креативная экономика, 2018. 169 с.: табл., граф., схем., ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917>.
20. Ким С.А. Маркетинг: Учебник. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2017. 258 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>.

21. Морозов Ю.В. Концепции маркетинга: Учебное пособие. 8-е изд. М.: Дашков и К°, 2018. 148 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>.

**5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины**

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
<p>Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)</p> <p>Электронная библиотека учебников</p>	<p>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</p> <p>На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.</p>	<p><a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ</p> <p><a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ</p>
<p>Cyberleninka</p> <p>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</p>	<p>Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.</p> <p>Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования</p>	<p><a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ</p> <p><a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ</p>
<p>Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии</p>	<p>Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.</p>	<p><a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ</p>

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Концепции маркетинга» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинарских/практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

#### Подготовка к учебному занятию лекционного типа

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, так как:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции в документе, содержащем текст данной лекции;
- запишите вопросы, которые Вы хотите задать лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по учебно-тематическому плану или по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка и обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается



преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

#### **5.4.1. Средства информационных технологий**

10. персональные компьютеры;...
11. средства доступа к сети Интернет;
12. проектор.

#### **5.4.2. Программное обеспечение**

10. пакет офисных приложений Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint и др.);
11. менеджер проектов Microsoft Project;
12. приложение для телекоммуникации (Skype, Zoom и т.п.).

#### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	Образовательная платформа «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://uraid.ru/">http://uraid.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС «Book.ru»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ

		версий книг.	
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
9.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Концепции маркетинга*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

- **Учебная аудитория для занятий лекционного типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).
- **Учебная аудитория для занятий семинарского типа.** Оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «*Концепции маркетинга*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные, расчетно-графические и творческие задания, деловые игры, исследовательские и организационно-управленческие работы, тесты, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы данной дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимися в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «Концепции маркетинга» предусмотрены встречи с руководителями и специалистами организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
13.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512	Протокол заседания Ученого совета факультета № 11 от 28 мая 2020 г.	1.09.2020



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

 УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
И.В.Романов  
28 мая 2020 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
РЕКЛАМНЫЙ КРЕАТИВ**

**Направление подготовки**  
*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*

**Направленность**  
*Современные социальные коммуникации*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**  
*Очная, заочная*

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа дисциплины «Рекламный креатив» разработана: Матанис В.А., к.ф.н., доцентом факультета коммуникативного менеджмента, Романовым И.В..к.пс.н., деканом факультета коммуникативного менеджмента.

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Основная профессиональная образовательная программа - программа подготовки бакалавриата обсуждена и рекомендована к утверждению на Ученом совете факультета *коммуникативного менеджмента*

Протокол № 11 от 28 мая 2020 года

Декан факультета  
кандидат психологических наук



И.В. Романов

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»



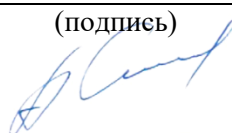
Директор по региональной рекламе

Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Генеральный директор



\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической  
работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	6
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы <i>бакалавриата</i> .....	6
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы <i>бакалавриата</i> .....	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине .....	12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	17
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине .....	17
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	21
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины .....	22
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	22
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	24
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	25
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
5.6 Образовательные технологии .....	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе креативных технологий, которые используются при создании различных медиапродуктов, а также навыка использования технологий в зависимости от конкретных задач, стоящих перед исполнителем.

Задачи дисциплины:

1. Получение знаний о системе креативных технологий и креативного процесса в целом;
2. освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, профессионального языка специалиста в сфере коммуникации;
3. сформировать представление о творческом процессе, о его этапах, необходимых элементах;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы *бакалавриата*

Дисциплина «Рекламный креатив» реализуется в блоке предметов по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форма обучения.

Изучение дисциплины «Рекламный креатив» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Человек в коммуникативном пространстве», «Философия», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Профессиональные творческие мастерские».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной «Проектная деятельность», «Коммуникативное проектирование», «Копирайтинг», «Питчинг в коммуникации», «Сценарное мастерство», «Дизайн современных медиа».

### 1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-4, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------------------	-----------------	--------------------------	--



Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов
-----------	-------	---	--

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 3 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	20	20			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	16	16			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	36	36			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>			

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	8	8			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	4	4			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС					

Иная контактная работа	8	8			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	52			
Контроль промежуточной аттестации (час)					
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>72</b>	<b>72</b>			

**2.2. Учебно-тематический план дисциплины**  
**Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>Семестр 1</b>								
<b>Раздел 1</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>8</b>
Креативный процесс: понятие, этапы		8	4	2	2			4
Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей.		10	6	2	4			4
<b>Раздел 2</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>8</b>
2.1. Морфологические анализ и его вариации		8	4	2	2			4
2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H. Работа с ассоциациями.		10	6	2	4			4
Контроль промежуточной аттестации (час)								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>12</b>			<b>16</b>
Форма промежуточной аттестации	<b>Зачет</b>							

**Заочной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	Стойкая работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
<b>Курс 1</b>								
<b>Раздел 1</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>8</b>
Креативный процесс: понятие, этапы		14	2	1	1			4
Мозговой штурм и его вариации.		14	2	1	1			4
<b>Раздел 2</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>8</b>
2.1. Морфологические анализ и его вариации		12	2	1	1			4
2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H		12	2	1	1			4
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>								
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>52</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>16</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							

### РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное	5	Творческое задание	5	Творческое задание

			изучение раздела в ЭИОС				
<b>Общий объем по семестру, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>10</b>		<b>10</b>	

### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Семестр 1</b>							
Раздел 1.	28	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
Раздел 2.	24	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Творческое задание	5	Творческое задание
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>52</b>	<b>32</b>		<b>10</b>		<b>10</b>	

## 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

### РАЗДЕЛ 1.

#### Тема 1.1. Креативный процесс: понятие, этапы

*Цель: Познакомиться с основными этапами творческого процесса*

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Понятие креатива и творчества. Сущность творчества. Творчество как процесс создание нового. Творчество в науке, творчество в искусстве. Предпосылки творчество. Условия для

творчества. Что такое свобода творчество. Вдохновение. Творчество как работа: ремесло или нет. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.

Подготовительный этап креатива. Бриф и техническое задание. Взаимодействие с клиентом. Получение обратной связи. Аналитическая работа как необходимый этап креативного процесса.

**Тема 1.2.Мозговой штурм и его вариации. Майндмепинг и способы записывания идей.**

*Цель: Дать представление о мозговом штурме, его особенностях, вариациях.*

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Методы создания креативного продукта. Типология методов. Метод мозгового штурма и его вариации. Метод шести шляп. Метод Уолта Диснея.

Майндмеп как инструмент для креативной работы. Работа с ассоциациями. Техника записи идей. Программы в сети интернет для совместной работы в технике майндмепинга.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: творческое задание**

Тема – Реклама продукта с использованием техники майндмеп.

Описание.

Необходимо создать плакат, слоган, рекламный текст о продукте с использованием техники майндмеп. Студент готовит и показывает ментальную карту с ассоциациями первого, второго и третьего порядка. На основе ассоциаций 2 и 3 порядка он создает рекламный продукт.

Необходимо подготовить карту по 2 словам, к каждой карте по две идеи плаката, слоганов, текстов. Студент самостоятельно выбирает два слова для задания из предложенного списка. При необходимости студент может сузить понятие (хлеб – белый хлеб).

Слова: дом, сыр, стол, холодильник, окно, дверь, парикмахерская, вода, путешествие, машина, хлеб, самолет, кинотеатр.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления задания.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ КРАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – эссе.**

**Форма практического задания: творческое задание**

Тема – решение проблемы с использованием техники 6 шляп.

Описание.

Разложить решение проблемы на 6 элементов с использованием техники 6 шляп. Проблема общая для студентов – развитие практических навыков студентов во время обучения. Нужно самостоятельно определить несколько инструментов, которые могут помочь расширить компетенции студентов, проанализировать их с помощью 6 шляп.

Объем – от 3500 знаков.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления эссе.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## **РАЗДЕЛ 2.**

### **Тема 2.1. Морфологический анализ и его вариации**

*Цель:* Получить навык работы с выбранными техниками..

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Метод морфологического анализа. Техники записи результатов. Перебор вариантов.

Оценка эффективности метода.

Дельфийский метод. Эксперты, опросы, циклы. Аналитическая работа с методом.

### **Тема 2.2. Методы SCAMPER, ТРИЗ, 5W1H. Работа с ассоциациями.**

*Цель:* изучить выбранные техники и отработать их в полевых условиях

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Методы с перебором определенных характеристик – морфологический анализ, методы Киплинга, SCAMPER.

Как работает. Как можно записывать. Что может быть результатом.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания: творческое задание.**

Тема – Решение проблемы с использованием техники SCAMPER.

Описание.

Студенту необходимо предложить не менее 4 решений проблемы с использованием техники SCAMPER. Проблема общая для студентов – кафе не может осуществлять больше свою деятельность из-за введенного карантина. Что может делать кафе еще, кроме организации он-лайн продажи своей продукции.

Объем – от 3500 знаков.

Примерными критериями оценки презентации являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- грамотность речи, отсутствие ошибок;
- качество оформления.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:**

**Форма практического задания: творческое задание.**

Тема – Продуктовое решение с использованием техники морфологического анализа.

Описание.

Необходимо придумать, предложить технологические продуктовые решения по одному из видов продуктов или услуг. Студент готовит таблицу с морфологическим анализом, на основе нее готовит предложение по продукту или услуге.

Необходимо выбрать два слова из предложенных, разобрать из и подготовить по два решения по каждому выбранному слову.

Слова: дом, сыр, стол, холодильник, окно, дверь, парикмахерская, вода, путешествие, машина, хлеб, самолет, кинотеатр.

Примерными критериями оценки эссе являются:

- оригинальность текста (не ниже 75%);
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления эссе.

Работы с признаками плагиата (неправомерного заимствования и цитирования) могут быть оценены на 0 баллов.

Оформление работ, выполняемых, в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно кафедрой.

## **РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### **4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании	Этап формирования знаний  Этап формирования умений  Этап формирования

		журналистских текстов и (или) продуктов	навыков и получения опыта
--	--	---	---------------------------

**4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ОПК-4	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: [9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9] баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>



ОПК-4	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
ОПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие креатива и творчества. Сущность творчества.
2. Творчество как процесс создание нового.
3. Творчество в науке, творчество в искусстве.
4. Предпосылки творчество.
5. Условия для творчества. Что такое свобода творчество. Вдохновение.
6. Творчество как работа: ремесло или нет.
7. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.
8. Подготовительный этап креатива. Бриф и техническое задание.
9. Взаимодействие с клиентом. Получение обратной связи.

10. Аналитическая работа как необходимый этап креативного процесса.
11. Методы создания креативного продукта.
12. Типология методов.
13. Метод мозгового штурма и его вариации.
14. Метод шести шляп.
15. Метод Уолта Диснея.
16. Метод ментальных карт.
17. Морфологический анализ.
18. ТРИЗ.
19. Scamper
20. Фрирайтинг
21. Метод Киплинга.
22. Метод синектики.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины**

#### **5.1.1. Основная литература**

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

Теория решения изобретательских задач: научное творчество : учебное пособие для вузов / М. М. Зиновкина, Р. Т. Гареев, П. М. Горев, В. В. Утемов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11140-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455862>

## 5.1.2. Дополнительная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

## 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
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
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам. 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://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a>

образовательным ресурсам	интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Человек в коммуникативном пространстве» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

35. Персональные компьютеры;
36. Средства доступа в Интернет;
37. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

11. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

<b>№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ

		также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «Рекламный креатив» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Рекламный креатив» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Рекламный креатив» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Рекламный креатив» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Рекламный креатив» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Рекламный креатив» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
14.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Романов И.В.

28 мая 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Технологии поисковой оптимизации (SEO)**

**Направление подготовки  
«Реклама и связи с общественностью»**

**Направленность  
«Современные социальные коммуникации»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**


**Форма обучения  
очная, заочная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Технологии поисковой оптимизации» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полупина О.С.

Руководитель основной  
образовательной программы  
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

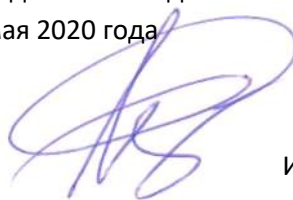
---

(подпись)

---

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»



Директор по региональной рекламе

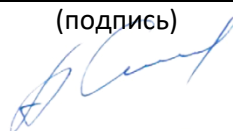
Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

---

(подпись)

Генеральный директор



---

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент



Зам. декана по учебно-методической работе

В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано



Научная библиотека, директор

И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	33
1.1 Цель и задачи дисциплины	33
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования	33
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	35
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	35
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	35
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	37
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине	38
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	42
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	42
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	42
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	45
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	46
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	48
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	48
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины	48
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	48
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	50
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	52
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	53
5.6 Образовательные технологии	53
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	55

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о сущности корпоративной коммуникации с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в рамках организационно-управленческой задачи профессиональной деятельности выпускников.

Задачи дисциплины:

1. формирование системы знаний о сущности, структуре, теоретико-методологических основах дисциплины **«Технологии поисковой оптимизации (SEO)»**;
2. овладение понятиями коммуникационных моделей и навыком их сравнительной характеристики;
3. формирование представлений о видах коммуникации и их отличительных признаках;
4. приобретение навыков разнокоммуникационного воздействия.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина *«Технологии поисковой оптимизации (SEO)»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины *«Технологии поисковой оптимизации (SEO)»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала дисциплины: *«Интернет-маркетинг»*.

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *«Маркетинг в рекламном бизнесе», «Нативная реклама», «Мобильная реклама»*.

### 1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

**ПКО-2**

**ПКО-3**

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Коммуникация	ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
Профессиональная компетентность	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, составляет 4 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
		4			

<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	40	40			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия	0	0			
Контактная работа в ЭИОС	0	0			
Иная контактная работа	0	0			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	104	104			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>	<b>Зачет</b>			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>144</b>			

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	3		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	16	8	8		
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4		
Практические занятия	8	4	4		
Лабораторные занятия	0	0	0		
Контактная работа в ЭИОС	0	0	0		
Иная контактная работа	0	0	0		
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>124</b>	<b>64</b>	<b>60</b>		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>4</b>		<b>Зачет т 4</b>		

<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>72</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					Иная контактная работа
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	
<b>Осенний семестр</b>								
Раздел 1. Веб-сайт как маркетинговый инструмент	36	26	10	4	6			
Раздел 2. Основы SEO-оптимизации	36	26	10	4	6			
Раздел 3. Технологии и специфика SEO-продвижения	36	26	10	2	8			
Раздел 4. Оценка эффективности поисковой оптимизации	36	26	10	2	8			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>0</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>144</b>	<b>104</b>	<b>40</b>	<b>12</b>	<b>28</b>			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							

**Заочной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
<b>Модуль 1 (семестр 2)</b>								
Раздел 1.1 Веб-сайт как маркетинговый инструмент	36	32	4	2	2			
Раздел 1.2 Основы SEO-оптимизации	36	32	4	2	2			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	0							
<b>Общий объем, часов</b>	72	64	8	4	4			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>								
<b>Модуль 2 (семестр 3)</b>								
Раздел 2.1 Технологии и специфика SEO-продвижения	36	32	4	2	2			
Раздел 2.2 Оценка эффективности поисковой оптимизации	36	32	4	2	2			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	4							
<b>Общий объем, часов</b>	144	128	16	10	6			
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>124</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

### РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### *Очной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практических заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
<b>Осенний семестр</b>							
Раздел 1. Веб-сайт как маркетинговый инструмент	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Основы SEO-оптимизации	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

Раздел 3. Технологии и специфика SEO-продвижения	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 4. Оценка эффективности поисковой оптимизации	26	12	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	12	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>104</b>	<b>48</b>		<b>48</b>		<b>8</b>	

#### *Заочной формы обучения*

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся						Раздел, тема
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
<b>Модуль 1 (семестр 2)</b>								
Раздел 1.1 Веб-сайт как маркетинговый инструмент	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Реферат			
Раздел 1.2 Основы SEO-оптимизации	32	15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Реферат			
<b>Общий объем по модулю/семестру, часов</b>	<b>64</b>	<b>30</b>		<b>4</b>				
<b>Модуль 2 (семестр 3)</b>								

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся						Раздел, тема
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
Раздел 2.1 Технологии и специфика SEO-продвижения	30	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Реферат	2		
Раздел 2.2 Оценка эффективности поисковой оптимизации	30	14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	14	Реферат	2		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>60</b>	<b>28</b>		<b>28</b>		<b>4</b>		
<b>Общий объем, часов</b>	<b>124</b>	<b>58</b>	<b>16</b>	<b>58</b>		<b>8</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>124</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

#### РАЗДЕЛ 1. Веб-сайт как маркетинговый инструмент

**Цель:** формирование знаний об особенностях веб-сайта как маркетингового инструмента

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Место веб-сайта в деятельности фирмы. Функции и типы веб-сайтов. CRM в Интернете. Usability. Оценка аудитории сайта: показатели интернет-статистики. CMS-системы. HTML-верстка.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Что входит в понятие «маркетинговая информация» в отношении веб-сайта предприятия?
2. Назовите основные функции и типы веб-сайтов.

3. Что означает Usability?
4. Что понимается под показателями интернет статистики?
5. Перечислите не менее пяти CMS-систем

## **РАЗДЕЛ 2. Основы SEO-оптимизации**

**Цель:** формирование понятия о методах SEO-оптимизации и обучение навыкам работы с оптимизацией

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Понятие SEO, его история и развитие. Методы SEO-оптимизации. Работа с внутренней оптимизацией. Внешнее окружение и его значение для сайта. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения. Основные поисковые системы, их характеристики. Количественный и качественный подход к оптимизации. Метод «5 шагов». Некорректные способы оптимизации сайта. Компетенции SEO-специалиста

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Что такое Title новости в CMS-системе?
2. Назовите правила увеличения релевантности интернет-ресурса.
3. Что должно входить в словарь поисковых запросов?
4. Что такое Вордстат?
5. Что такое семантическое ядро сайта?

## **РАЗДЕЛ 3. Технологии и специфика SEO-продвижения**

**Цель:** формирование знаний о специфике SEO-продвижения в сравнении с другими методами интернет-продвижения

### **Перечень изучаемых элементов содержания.**

Внешние и внутренние факторы ранжирования. Алгоритмы поисковых систем. Индексация сайта. Сервисы для работы с SEO-оптимизацией. Ссылочная оптимизация. Вредоносные технологии в поисковой оптимизации. «Черное SEO».

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Опишите критерии ранжирования сайтов поисковыми системами.
2. Назовите три различия между контент-маркетингом и SEO-продвижением
3. Что такое спамдексинг?
4. Раскройте понятия «профайлинг» и «персонализация».
5. Назовите не менее пяти систем администрирования сайтов

## **РАЗДЕЛ 4. Оценка эффективности поисковой оптимизации**

**Цель:** формирование знаний об оценке эффективности результатов поисковой оптимизации

**Перечень изучаемых элементов содержания.**

Метрики оценки эффективности продвижения. A/B-тестирование. ROI. Основные KPI поисковой оптимизации. Методики использования Google.Analytics, Яндекс.Метрика. Вебвизор. Статистика LiveInternet.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Что такое колтрекинг и в чем его задача?
2. Расшифруйте аббревиатуру ECPC
3. Какой аналитический показатель свидетельствует о соответствии сайта ожиданиям пользователей, которые впервые на нем оказались?
4. Назовите три задачи сервиса Ahrefs.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1. — Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 1.**

1. Типы сайтов.
2. Целевая аудитория сайта.
3. Основные принципы и методы поддержки сайтов
4. Юзабилити и Ui-Ux-дизайн.
5. SEO-продвижение и конструкторы сайтов.
6. Верстка сайдов на Tilda
7. Основы сайтостроения и передачи информации в Интернете.
8. HTML теги, атрибуты, текст, ссылки.
9. Структура сайта и способы её создания.
10. Оптимальная структура сайта-визитки

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. — Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 2.**

1. Метод «5 шагов»
2. SEO-копирайтинг
3. Правила подборка ключевых слов
4. Семантическое ядро сайта
5. Способы минимизации текста

6. Контент-маркетинг и SEO-оптимизация: общее и различное
7. Ссылочная оптимизация.
8. Внутренние и внешние признаки ранжирования
9. Бенчмаркинг в SEO-продвижении
10. Оптимизация текстового контента
11. Оптимизация посадочных страниц
12. Принципы работы поисковых систем

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3— Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 3.**

1. Инструменты для работы по оптимизации сайта.
2. Семантическое ядро и структура сайта
3. Анализ текущей индексации сайта.
4. Оптимизация внешнего влияния на поисковое продвижение
5. Характеристики оптимизируемого сайта.
6. Скрытие контента от поисковиков.
7. Работа с поведенческими факторами
8. Ссылочная масса и ссылочная стратегия
9. Спамдексинг
10. Составление ТЗ для подрядчиков по SEO-продвижению

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4 — Реферат. Примерный перечень тем рефератов для Раздела 4.**

1. Основные KPI в веб-аналитике
2. Форма отчета в Google Analytics для SEO-специалиста
3. A/B-тестирование
4. Автоматизация SEO-продвижения
5. Performance marketing
6. Основные настройки Google Analytics и Яндекс. Метрики.
7. Анализ конкурентов
8. ПО и сервисы для проведения конкурентного анализа.

## 9. Санкции поисковых систем

10.

Фильтры поисковых систем

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Контрольная работа.** В течение контрольной работы студент должен будет использовать знания, полученные на курсе «Технологии поисковой оптимизации (SEO)», для решения задач, связанных с перечнем изученных элементов содержания соответствующего раздела. Для получения положительной оценки за контрольную работу студент должен демонстрировать навыки аналитической работы с литературой, способность провести самостоятельное исследование, сделать выводы на основе сведений, полученных из источников и научной литературы. Обязательным требованием к письменным работам является грамотность оформления и наличие научно-справочного аппарата.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

## РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### 4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Этап формирования знаний
			Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с	Этап формирования знаний

	индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	общественностью и рекламы ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Этап формирования умений
			Этап формирования навыков и получения опыта

**4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
------------------------	---------------------------------------	--	------------------------------------



ПК-2, ПК-4	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок:  ( 9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения:  [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала:  (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки:  [0-6] баллов.</p>
------------	---------------------------	--	---

ПК-2, ПК-4	Этап формирования умений	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
ПК-2, ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Системы администрирования сайтов: основные характеристики, типы и функции
2. Веб-сайт как маркетинговый инструмент
3. Структура сайта и способы ее создания
4. Мобильные версии сайтов: виды, корректная настройка.
5. Понятие SEO, его история и развитие.
6. Методы SEO-оптимизации.
7. Ранжирование сайтов
8. Кворум, неточный поиск
9. Машинное обучение, Matrixnex и Rankbrain
10. Типы пользовательских запросов
11. Кластеризация запросов
12. Поисковая выдача: морфология и операторы поисковых запросов
13. Управление поведением роботов поисковых систем.
14. Работа с внутренней оптимизацией.
15. Внешнее окружение и его значение для сайта.
16. Оптимизация контента
17. Составление текстов для копирайтеров, написание технического задания.
18. Текстовый и графический контент, его оптимизация.
19. Основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.

- |     |   |
|-----|---|
| 20. | История появления, сущность и развитие независимой зоны поисковых систем.                 |
| 21. | Ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем. |
| 22. | Критерии оценки рекламной статьи в Интернете.   |
| 23. | Поведенческие и коммерческие факторы ранжирования   |
| 24. | Основные настройки Google Analytics   |
| 25. | Основы работы с Яндекс.Метрикой: вебвизор, карта кликов, отслеживание форм.               |
| 26. | Семантическое ядро: способы составления   |
| 27. | ПО и сервисы для проведения конкурентного анализа.  |
| 28. | Автоматизация работы над семантическим ядром  |
| 29. | Работа с юзабилити.   |
| 30. | Генерация метатегов, текстов, шаблонных страниц.  |
| 31. | Автоматизация оптимизации.  |
| 32. | Аддоны и плагины для работы над SEO-продвижением.   |
| 33. | Фильтры и санкции поисковых систем  |

**4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

## РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

#### 5.1.1. Основная литература

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/>

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

#### 5.1.2. Дополнительная литература

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>

### 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
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.

<p>Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)</p>	<p>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</p>	<p><a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ</p>
<p>Научное наследие России</p>	<p>Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.</p>	<p><a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ</p>
<p>Электронная библиотека учебников</p>	<p>На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.</p>	<p><a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ</p>
<p>Cyberleninka</p>	<p>Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.</p>	<p><a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ</p>
<p>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</p>	<p>Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования</p>	<p><a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ</p>

<p>Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии</p>	<p>Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.</p>	<p><a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.htm">http://gigabaza.ru/doc/131454.htm</a>   100% доступ</p>
--	--	--

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

#### Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

### 5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

#### 5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

#### 5.4.2. Программное обеспечение



1. Microsoft Office (Word, Excel) и др.

5.4.3. Информационные справочные системы

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.

7.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<p>Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID.</p> <p>Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a></p> <p>В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education &amp; Research (FEDURUS)"</p> <p>На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p> <p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>
----	---	--	---

#### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

#### 5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «Технологии поисковой оптимизации (SEO)» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением кафедры рекламы маркетинга и связей с общественностью на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2017 №512	Протокол заседания кафедры № 11 от «28» мая 2020 года	01.09.2020



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета коммуникативного менеджмента

/Романов И.В.

«28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Реклама и связи с общественностью в шоу-бизнесе и спорте**

Наименование образовательной программы  
**Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы:  
**Современные социальные технологии**

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью"**

Уровень образования  
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ – УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА

Наименование квалификации  
БАКАЛАВР

Очная форма обучения, заочная форма обучения

Москва 2020

Рабочая программа учебной дисциплины **«Реклама и пиар в шоубизе и спорте»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.  
Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента  
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года  
Декан факультета к.пс.н., доцент



И.В. Романов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

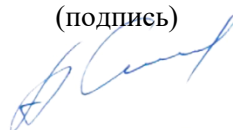


Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

(подпись)

Генеральный директор



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор



Дипломатическая Академия МИД РФ

Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент



Зам. декана по учебно-методической  
работе

В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано



Научная библиотека, директор

И.Г. Маляр

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы. ....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	5
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	6
3. Содержание учебной дисциплины .....	8
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	8
3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения .....	9
4. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	10
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине .....	24
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине. ....	25
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	25
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	24
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	25
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	26
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	27
6.1. Основная литература. ....	27
6.2. Дополнительная литература.....	27
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.....	289
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	29
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	30
9.1. Информационные технологии .....	31
9.2. Программное обеспечение (при необходимости) .....	31
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости) .....	31
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине...32	
11. Образовательные технологии .....	32
12. Лист регистрации изменений .....	33

## **1. Общие положения**

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.**

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о комплексной разработке, управления и анализе проекта с технической, экологической, социальной, институциональной, финансовой, коммерческой (микроуровень) и экономической (макроуровень) сторон и формирование готовности к самостоятельной разработке и реализации в составе команды рекламных и PR проектов с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по стратегическому планированию и реализации рекламных и пиар-проектов.

#### Задачи учебной дисциплины:

1. формирование понятий о социально-проектной деятельности, ее основных компонентах и значении в технологическом процесс современных рекламы и связей с общественностью;
2. освоение приемов генерации проектных идей, выработка навыков документального оформления проектов, реализации проектов в составе рабочей команды;
3. формирование компетенций по осуществлению предварительной разработки и оценки с точки зрения менеджера (провести экспертизу с финансово-экономической точки зрения) инвестиционного проекта, разработать его бизнес-план, планировать бюджет и расходы, планировать эффективность, анализировать деятельность конкурентов и вовремя реагировать на нее и т.д.;
4. формирование умений применять полученные знания в практической деятельности, решать практические задачи согласно алгоритму коммуникационной кампании в коммерческой и некоммерческой сферах при организации и реализации коммуникационных проектов.

### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Учебная дисциплина «Реклама и пиар в шоу-бизнесе и спорте» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки / специальности **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Изучение учебной дисциплины «Реклама и пиар в шоу-бизнесе и спорте» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Введение в коммуникацию и профессиональные творческие мастерские»,

Изучение учебной дисциплины «Реклама и пиар в шоу-бизнесе и спорте» является базовым для последующего освоения программного материала учебных дисциплин: «Поведение потребителей», «Организация специальных событий», "Технологии брендинга".

### **1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных** компетенций в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки / специальности **«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»**.

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (УК-3)

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия



по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
УК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: особенности процессов самоорганизации и самообразования
		Уметь: осуществлять самообразование в сфере профессионального развития
		Владеть: способами реализации процессов самоорганизации и самообразования
ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: особенности коммуникационных кампаний и мероприятий, принципы их планирования
		Уметь: применять знания по планированию коммуникационных кампаний и мероприятий
		Владеть навыками организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать основные требования и правила информационной безопасности
		Уметь решать стандартные профессиональные задачи
		Владеть навыком применения информационно-коммуникационных технологий
ПК-1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать основы планирования и контроля рекламной и ПР-деятельности
		Уметь осуществлять оперативное планирование мероприятий по продвижению товаров и услуг, повышению имиджа фирмы
		Владеть инструментарием по оцениванию эффективности проведенных кампаний

ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать основы организации и планирования деятельности фирмы
		Уметь планировать и организовывать собственную деятельность
		Владеть инструментарием оценки эффективности собственной деятельности
ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать особенности работы с малыми коллективами
		Уметь организовывать и управлять малыми коллективами
		Владеть навыками оценки эффективности работы малого коллектива

**2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		5	6			
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>24</b>			
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	16	8	8			
Учебные занятия семинарского типа	24	8	16			
Лабораторные занятия	0	0	0			
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>86</b>	<b>56</b>	<b>30</b>			
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	38	26	12			
Выполнение практических заданий	38	26	12			
Рубежный текущий контроль	10	4	6			
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>54</b>	<b>зачет</b>	<b>экзамен 54</b>			
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>			

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
--------------------	-------------	----------

		5	6
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>12</b>
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:	20	8	12
Учебные занятия лекционного типа	8	4	4
Учебные занятия семинарского типа	12	4	8
Лабораторные занятия			
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>160</b>	<b>64</b>	<b>96</b> <b>(42+54 экзамен)</b>
В том числе:			
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	92	36	56
Выполнение практических заданий	58	24	34
Рубежный текущий контроль	10	4	6
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)</b>		<b>Зачет</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

### 3. Содержание учебной дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 180 ч.

Объем самостоятельной работы, включая часы на рубежный контроль – 140 часов.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия
<b>Модуль 1 (семестр 5)</b>						
Тема 1.1. Природа шоу-бизнеса. Спорт как шоу-биз	36	28	8	4	4	0
Тема 1.2. Подходы к понятию «звезда»	36	28	8	4	4	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>56</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>					
<b>Модуль 2 (семестр 6)</b>						
Тема 2.1.	36	28	8	4	4	0

Тема 2.2.	36	28	8	2	6	0
Тема 2.3.	36	28	8	2	6	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>84</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>					

### 3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 180 ч.

Объем самостоятельной работы, включая часы на рубежный контроль – 160 часов.

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>МОДУЛЬ «Управление проектами» Семестр 1</b>							
10.	<b>Раздел 1. Проектирование как вид деятельности</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
11.		18	16	2	X	2	
12.		18	16	2	2	X	
<b>МОДУЛЬ «Проекты в рекламе» Семестр 1</b>							
13.	<b>Раздел 2. Особенности рекламной кампании как проекта</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
14.		18	16	2	X	2	
15.		18	16	2	2	X	
16.	<b>Общий объем часов</b>	<b>72</b>	<b>64</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
17.	<b>Форма промежуточной аттестации</b>	зачет					
<b>МОДУЛЬ «Проекты в рекламе» (часть2) Семестр 2</b>							
18.	<b>Раздел 3. Проектная команда</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
19.		18	16	2	2	X	
20.		18	16	2	X	2	
<b>МОДУЛЬ «Проекты в ПР» Семестр 2</b>							
1.	<b>Раздел 4. Стратегический план проекта</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
2.		18	16	2	2	X	
3.		18	16	2	X	2	
4.	<b>Раздел 5. Реализация проекта</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>X</b>	<b>4</b>	
5.		12	12	X	X	X	
6.		12	10	2	X	2	
7.		12	10	2	X	2	
<b>Общий объем, часов</b>		<b>180</b>	<b>96 (42 + 54 экзамен)</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>Экзамен</b>	<b>54</b>				

**4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине**

**4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (очная форма)**

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Модуль 1 (семестр 5)</b>								
Раздел 1.1	28	13	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 1.2	28	13	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	13	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>56</b>	<b>26</b>		<b>26</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>							
<b>Модуль 2 (семестр 6)</b>								
Раздел 2.1	28	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18

Раздел 2.2	28	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
Раздел 2.3	28	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	18
<b>Общий объем, часов</b>	<b>84</b>	<b>12</b>		<b>12</b>		<b>6</b>		<b>54</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>							

заочная форма

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Модуль 1 (семестр 5)</b>								
Раздел 1.1	<b>50</b>	24	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	24	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 1.2	52	24	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	24	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0

<b>Общий объем, часов</b>	102	<b>48</b>		<b>48</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>							
<b>Модуль 2 (семестр 6)</b>								
Раздел 2.1	40	20	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	20	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2.2	40	20	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	20	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2.3	40	17	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	17	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>120</b>	<b>57</b>		<b>57</b>		<b>6</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>							

#### 4.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)»

##### Раздел 1.

Шоу-бизнес — это крупная и быстро развивающаяся сфера мировой экономики, приносящая многомиллиардные доходы. Наряду с этими тенденциями наблюдается значительное увеличение конкуренции в сфере шоу-бизнеса, растущее значение системы взаимоотношений с потребителями, степени удовлетворения их потребностей. Данные обстоятельства объясняют растущий интерес к маркетингу шоу-бизнеса и как концепции управления, и как инструменту воздействия. Привлекательность и прибыльность шоу-бизнеса в развитых странах мира, в том числе и России обусловлены быстрым расширением сферы услуг в целом, растущими потребностями населения в услугах индустрии развлечений, стремительным развитием научно-технического прогресса и технологий, глобализацией рынков. В России шоу-бизнес довольно молод относительно мировой практики. До перестройки шоу-бизнеса не существовало как такового, поскольку в рамках административно-командной системы было невозможно выполнение одного из самых главных условий сферы шоу-бизнеса - осуществление коммерческой деятельности в полном смысле этого слова.

В недавнем прошлом в культурно-досуговом комплексе были широко представлены как бюджетные учреждения, так и хозрасчетные предприятия. Однако грань, отделявшая первых от вторых, отнюдь не была границей между некоммерческим сектором, с одной стороны, и полем предпринимательской деятельности - с другой. Само понятие «шоу-бизнес» появилось в нашей стране только с переходом к рыночным отношениям. Деятельность большинства организаций в культурно-досуговом комплексе жестко регулировалась, была предельно идеологизирована и ориентировалась на цели, не способные находить адекватного выражения в спросе населения. При этом фактическое отсутствие самостоятельности как в отношении содержания деятельности, так и в отношении маневра ресурсами, было присуще и многим из тех организаций культурно-досугового комплекса, которые считались хозрасчетными. Как правило, ученые и специалисты в своих научных трудах и публикациях рассматривают либо более широкие понятия, такие как культура, искусство, индустрия развлечений, либо более узкие, характеризующие отдельные виды творческой деятельности: эстраду, театр, кино, телевидение и т.д.

## **Раздел 2**

В современном мире общественное мнение все больше влияет на деятельность компаний. В настоящее время роль PR-технологий и рекламы колоссальна во всех областях. В сфере культуры и шоу-бизнеса она оценивается, особенно на высоком уровне. В связи с этим, целесообразно было бы определить те знания о шоу PR, что существуют на данный момент, а также пересмотреть западный опыт и возможность его применения в России. В шоу-бизнесе не любят делиться информацией. В этот мир нельзя войти, не зная его структуры, правил игры, технологий, тайн, устоявшихся схем. PR-технологии используются не только в интересах руководства компаний (корпоративный PR), политиков (политический PR), но также звезд шоу бизнеса (шоу PR). Шоу PR в России основывается чисто на интуитивных, нигде не написанных принципах, можно сказать, что он развивался своим, отличным от западного путём, что обуславливали культурные различия и различия в менталитете. Однако в настоящий момент, шоу PR становится всё более значимым, поскольку развивается и шоу-бизнес в целом, т.к. наши звёзды выходят на мировой уровень. Проблемы теории и практики маркетинга шоу-бизнеса как системы нашли еще малое отражение в зарубежной и отечественной экономической литературе. Вместе с тем современный этап развития сферы услуг, потребностей населения, научно-технического прогресса, конкуренции выдвигает задачи совершенствования управления сферой шоу-бизнеса, требующего внедрения современных принципов и методов маркетинга, позволяющего обеспечить адекватное удовлетворение потребностей человека в развлечениях и достижение целей организации. Однако по-прежнему, существует значительный дефицит в таких областях как комплексных, систематизированных теоретических и практических знаний в области управления предпринимательской деятельностью в сфере шоу-бизнеса, включая маркетинг и менеджмент. Наряду с этим, маркетинг применительно к сфере шоу-бизнеса, используя положения общей теории маркетинга, принимая во внимание его особенности как специфического вида деятельности, закладывает теоретические основы нового направления в маркетинге — маркетинга шоу-бизнеса. Поэтому исследования организации маркетингового управления в сфере шоу-бизнеса следует признать важными и актуальными.

## **Раздел 3**

Всплеск интереса к оценке эффективности PR поднялся несколько лет назад, когда сфера PR-деятельности увеличилась в масштабе и поднялась на более высокий профессиональный уровень и когда сами практики все чаще стали сталкиваться с необходимостью отвечать за свою работу.

Далее необходимо провести четкую дифференциацию между измеряемыми промежуточными PR-результатами, которые обычно являются краткосрочными и поверхностными [например, количество используемых СМИ или эффективность распространения в обществе какого-то конкретного сообщения] и PR-последствий [основных итогов], которые обычно имеют сильное влияние и далекоидущие последствия в будущем [например, определение того, насколько проведенная программа изменила уровень отношения, понимания, сознания и возможного поведения]

Чтобы подготовить базу для оценки результатов PR-кампаний, перед началом активной деятельности необходимо установить четкие программные цели и желаемый результат. В свою



очередь, PR-задачи должны быть напрямую связаны со всеми целями бизнес-программы организации.

Несмотря на особую важность этапа оценки содержания сообщений в СМИ, их частоту, охват и т.д. [медиа-контент], все же нужно рассматривать данный этап только как первый шаг в процессе оценки всего PR-процесса. Данный шаг подразумевает измерение и оценку возможного воздействия PR-сообщений на аудиторию и фактического покрытия СМИ. Но, как бы то ни было, это шаг сам по себе не может достоверно показать, например, видела ли целевая аудитория предназначенные для неё сообщения и отреагировала ли на них каким-либо образом. Нужно быть осторожным при попытке точного сравнения PR-эффективности с эффективностью рекламных акций, т.к. эти две коммуникативные формы достаточно сильно отличаются друг от друга. Нужно принимать во внимание тот факт, что процесс размещения рекламных сообщений, в отличие от размещения PR-сообщений, более контролируем.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Выберите одну **цитату** из предложенных ниже работ авторов, напишите по ней эссе, раскрыв смысл и обозначив разные аспекты поставленной автором проблемы (затронутой темы); сформулируйте своё отношение к позиции, занятой автором; обоснуйте это отношение.

При изложении своих мыслей по поводу различных аспектов поднятой проблемы (обозначенной темы), при аргументации своей точки зрения используйте *знания*, полученные при изучении раздела, соответствующие *понятия*, а также *факты* общественной жизни и собственный *жизненный опыт*.

1. Тощенко Ж.Т. Социальное проектирование // Тезаурус социологии. Тематический словарь-справочник / Под ред. Тощенко Ж.Т. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
2. Бестужев-Лада И.В., Наместникова Г.А. Технологии прогнозных разработок социальных проектов. М., 2006
3. Луков В.А. Социальное проектирование: учебное пособие / В.А. Луков. – М.: Издательство Московского гуманитарного университета: Флинта, 2008.
4. Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование: Учебное пособие. - Ростов н/Д: "Феникс", 2001.
5. Леньков Р.В. Социальное прогнозирование и проектирование: учеб. пособие для бакалавров по направлениям подготовки 040100 «Социология», 080200 «Менеджмент» / Р.В. Леньков. – М.: ЦСП и М, 2013.
6. Управление социальным проектом: практикум для некоммерческих организаций / Волгогр. ин-т гражданского общества, Центр гражданского образования. - Волгоград: Принт, 2009.
7. Долгоруков А.М. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения. URL: [http:// www. vshu. ru/lections. php?tab \\_ i d = 3&a=info&id=2600](http://www.vshu.ru/lections.php?tab_id=3&a=info&id=2600).
8. Романов П. В. Стратегия кейс-стади в исследовании социальных служб // Социс – социологические исследования. - 2005. - № 4.
9. Арканова Т. А. Использование метода кейс-стади в профессиональной подготовке студентов-экономистов // Вестник университета Российской академии образования. – 2011.
10. Федянин Н., Давиденко В. Чем «кейс» отличается от чемоданчика? // Обучение за рубежом. - 2000. - № 7.
11. Катаева В.И. Социальное проектирование в муниципальных образованиях: Монография.-М.: Кейп Паблицерз, 2009.
12. Горлова Н.И., Крутицкая Е.В. Троска З.А. Проектирование и моделирование в социальной работе.-М., 2015.
13. Гатина Л.И. Социальное проектирование: учебно-методическое пособие. – Казань: Изд-во Казан.гос. технол. Университета, 2008.

14. Автономов А.С. Очерк основ проектного подхода// Социальное проектирование и прозрачность власти. Теория и практика. Методический сборник/Под общ. Ред. Н.Л. Хананашвили-М.: Национальная Ассоциация благотворительных организаций, 2008.
15. Луков В.В. Социальное проектирование: учеб. Пособие.-М.: Изда-во Московского гуманитарного университета, 2007.

### **Методические указания к написанию эссе**

**Эссе** - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

В "Толковом словаре иноязычных слов" Л.П. Крысина эссе определяется как "очерк, трактующий какие-нибудь проблемы не в систематическом научном виде, а в свободной форме".

"Большой энциклопедический словарь" дает такое определение: "Эссе - это жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнuto индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь".

"Краткая литературная энциклопедия" уточняет: "Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, трактующее частную тему и представляющее попытку передать индивидуальные впечатления и соображения, так или иначе с нею связанные".

#### **Некоторые признаки эссе:**

- наличие конкретной темы или вопроса. Произведение, посвященное анализу широкого круга проблем, по определению не может быть выполнено в жанре эссе.
- эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.
- как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем-либо, такое произведение может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или чисто беллетристический характер.
- в содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора - его мировоззрение, мысли и чувства.

**Структура эссе** определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов;
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Специалисты полагают, что должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Впрочем, стиль отражает особенности личности, об этом тоже полезно помнить.

## **Правила написания эссе**

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.
- В отличие от реферата, который адресован любому читателю, поэтому начинается с "Я хочу рассказать о...", а заканчивается "Я пришел к следующим выводам...", *эссе - это реплика*, адресованная подготовленному читателю (слушателю). То есть человеку, который в общих чертах уже представляет, о чем пойдет речь. Это позволяет автору эссе сосредоточиться на раскрытии нового и не загромождать изложение служебными деталями.

## **Требования к эссе**

1. Общий объем эссе составляет до 7 тыс. знаков (с пробелами), шрифт Times New Roman 14, одинарный межстрочный интервал

### **2. Структура эссе**

#### 1) Цитата.

Выбирая высказывания для эссе, **вы должны быть уверены, что**

- владеете основными понятиями о проектировании;
- чётко понимаете смысл высказывания;
- можете выразить собственное мнение (полностью или частично согласиться с высказыванием или опровергнуть его);
- знаете термины, необходимые для грамотного обоснования личной позиции на теоретическом уровне (при этом используемые термины и понятия должны четко соответствовать теме эссе и не выходить за её пределы);
- сумеете привести примеры из социальной практики, истории, литературы, а также личного жизненного опыта для подтверждения собственного мнения.

#### 2) Проблема, поднятая автором в цитате; её актуальность.

После формулировки проблемы необходимо указать **актуальность проблемы** в современных условиях. Для этого можно использовать фразы-клише:

***Данная проблема является актуальной в условиях...***

- *...глобализации общественных отношений;*
- *...формирования единого информационного, образовательного, экономического пространства;*
- *...обострения глобальных проблем современности;*
- *...особого противоречивого характера научных открытий и изобретений;*
- *...развития международной интеграции;*
- *...современной рыночной экономики;*
- *...развития и преодоления мирового экономического кризиса;*
- *...жесткой дифференциации общества;*
- *...открытой социальной структуры современного общества;*
- *...формирования правового государства;*
- *...преодоления духовного, нравственного кризиса;*
- *...диалога культур и т.д.*

К проблеме необходимо **периодически возвращаться** на протяжении всего процесса написания эссе. Это нужно для того, чтобы верно раскрыть её содержание, а также случайно не выйти за рамки проблемы и не увлечься рассуждениями, не относящимися к смыслу данного высказывания (это одна из наиболее распространенных ошибок во многих эссе).

#### 3) Смысл высказывания.

Далее необходимо раскрыть смысл высказывания, но не стоит повторять дословно высказывание. В этом случае можно использовать следующие клише:

- *«Смысл данного высказывания состоит в том, что...»*
- *«Автор обращает наше внимание на то, что...»*

• *«Автор убеждён в том, что...»*

4) Собственная точка зрения.

Здесь можно **согласиться с автором полностью**, можно **частично**, опровергнув определенную часть высказывания, или **поспорить** с автором, высказав противоположное мнение. При этом можно воспользоваться фразами-клише:

- *«Я согласен с автором в том, что...»*
- *«Нельзя не согласиться с автором данного высказывания по поводу...»*
- *«Автор был прав, утверждая, что...»*
- *«На мой взгляд, автор совершенно четко отразил в своем высказывании картину современной России (современного общества... ситуацию, сложившуюся в обществе... одну из проблем современности)»*
- *«Позволю себе не согласиться с мнением автора о том, что...»*
- *«Отчасти, я придерживаюсь точки зрения автора по поводу..., но с ... не могу согласиться»*
- *«А не задумывались ли вы над тем, что...?»*

5) Аргументация на теоретическом уровне.

6) Не менее двух примеров из социальной практики, истории и/или литературы, подтверждающие верность высказанных суждений.

В 5-6 пунктах следует обосновать собственное мнение по данной проблеме. Для этого необходимо подобрать аргументы (доказательства), то есть вспомнить основные термины, теоретические положения.

Аргументация должна быть осуществлена на двух уровнях:

1. **Теоретический уровень** — его основой являются теоретические знания (понятия, термины, противоречия, направления научной мысли, взаимосвязи, а также мнения учёных, мыслителей).

2. **Эмпирический уровень** — здесь возможны два варианта:

- а) использование примеров из истории, литературы и событий в обществе;
- б) обращение к личному опыту.

При отборе фактов, примеров из общественной жизни и личного социального опыта мысленно ответьте себе на вопросы:

1. Подтверждают ли они моё мнение?
2. Не могут ли они быть истолкованы по-другому?
3. Не противоречат ли они высказанному мной тезису?
4. Убедительны ли они?

Предлагаемая форма позволит строго контролировать адекватность приводимых аргументов и предотвратит «уход от темы».

7) Вывод.

Вывод не должен дословно совпадать с суждением, данным для обоснования: он сводит воедино **в одном-двух предложениях основные идеи аргументов и подводит итог рассуждений**, подтверждающий верность или неверность суждения, являвшегося темой эссе.

Для формулирования проблемного вывода могут быть использованы фразы-клише:

- *«Таким образом, можно сделать вывод...»*
- *«Подводя общую черту, хотелось бы отметить, что...»*

**Каждый из 7 пунктов эссе начинается с нового абзаца**

**Дополнительным достоинством** эссе является включение в него

- краткой информации об авторе высказывания (например, «выдающийся французский философ-просветитель», «великий русский мыслитель Серебряного века», «известный философ-экзистенциалист», «основатель идеалистического направления в философии» и др.);
- описания различных точек зрения на проблему или различных подходов к ее решению;
- указания на многозначность используемых понятий и терминов с обоснованием того значения, в каком они применяются в эссе;
- указания на альтернативные варианты решения проблемы.

1. Цитата	«Человек имеет свободу выбора, ибо в противном случае советы, увещания, назидания, награды и наказания были бы бессмысленны».  (Ф. Аквинский)
2. Проблема, поднятая автором, её актуальность	Проблема сознательного регулирования поведения людей является актуальной в условиях современного общества, характеризующегося усилением взаимозависимости и взаимосвязи людей друг с другом.
3. Смысл высказывания	Главным проявлением сознательности поведения человека Фома Аквинский считает возможность человека определять свое поведение в соответствии с личным свободным выбором. Автор уверен, что лишь в этом случае он должен нести ответственность за свои действия, только тогда социальные санкции имеют смысл и способны воздействовать на индивида.
4. Для аргументации на теоретическом уровне необходимо раскрыть тезисы и понятия:	Способы сознательного регулирования поведения человека. Свобода и ответственность в поведении человека. Пределы, в которых осуществляется выбор. Роль социальных санкций в формировании определённого типа поведения людей в обществе.
5. Примеры	1. Солдат, исполняющий приказ, не несет ответственности за свои действия, если он находится при исполнении обязанностей, так как у него нет свободы выбора. 2. Невменяемый душевнобольной человек в силу психического расстройства не в состоянии делать осознанный выбор поведения, поэтому УК РФ не рассматривает его в качестве субъекта совершения преступления и не предусматривает его уголовной ответственности.

### Критерии оценки эссе

При всем разнообразии подходов к технологии написания эссе можно выявить ряд требований, которые в любом случае необходимо выдерживать:

- 1) адекватное понимание проблемы и смысла высказывания;
- 2) соответствие содержания эссе заявленной проблеме;
- 3) выделение и раскрытие в эссе основных аспектов проблемы, на которые указывает автор высказывания;
- 4) аспекты проблемы должны быть раскрыты в заданном научном контексте;
- 5) четкая определённость позиции автора эссе, его отношения к проблеме, к мнению автора высказывания;
- 6) обоснование собственной позиции на теоретическом уровне;
- 7) подкрепление приведённых теоретических положений осмысленными фактами общественной жизни, социального поведения, личного опыта;
- 8) логичность рассуждений автора эссе;
- 9) отсутствие теоретических (сущностных, терминологических) и иных (фактических, логических, этических) ошибок;
- 10) соответствие эссе требованиям жанра и нормам русского языка.

Главное внимание уделяется качеству работы, адекватности и полноте раскрытия проблемы.

№	Критерии оценивания эссе	Баллы
1	<b>Раскрытие смысла высказывания</b>	<b>1</b>
	Смысл высказывания раскрыт. ИЛИ содержание ответа дает представление о его понимании	<b>1</b>
	Смысл высказывания не раскрыт, содержание ответа не дает представления о его понимании	<b>0</b>
2	<b>Характер и уровень теоретической аргументации</b>	<b>2</b>
	<i>Наличие ошибочных с точки зрения научного обоснования положений ведет к снижению</i>	

	<i>оценки по этому критерию на 1 балл с 2 баллов до 1 балла , с 1 балла до 0 баллов)</i>	
	Избранная тема (в одном или нескольких аспектах по усмотрению автора эссе) раскрывается с опорой на соответствующие понятия, теоретические положения, рассуждения, выводы.	<b>2</b>
	В ответе приводятся отдельные, относящиеся к теме, ноне связанные между собой и с другими компонентами аргументации понятия или положения.	<b>1</b>
	Аргументация на теоретическом уровне отсутствует (смысл ключевых понятий не объяснен, теоретические положения, рассуждения и выводы отсутствуют). ИЛИ Используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой.	<b>0</b>
<b>3</b>	<b>Качество фактической аргументации</b>	<b>2</b>
	<i>Аргументы, содержащие фактические и смысловые ошибки, приведшие к существенному искажению сути высказывания и свидетельствующие о непонимании используемого исторического, литературного, географического и (или) другого материала, не засчитывается при оценивании.</i>	
	Факты и примеры, относящиеся к обосновываемому (-ым) тезису(-ам), почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, материалы учебных предметов, факты личного социального опыта и собственные наблюдения. Приведено не менее двух примеров из различных источников.	<b>2</b>
	Фактическая аргументация, относящаяся к обосновываемому (-ым) тезису (-ам), дана с опорой только на личный социальный опыт и житейские представления. ИЛИ Приведены относящиеся к обосновываемому (-ым) тезису (-ам) примеры из источника одного типа. Приведен только один относящийся к обосновываемому (-ым) тезису (-ам) пример.	<b>1</b>
	Фактическая аргументация отсутствует. ИЛИ Приведенные факты не соответствуют обосновываемому тезису.	<b>0</b>
	<b>Максимальный балл</b>	
		<b>5</b>

<b>Количество баллов</b>	< 3	3 >
<b>Зачет</b>	не зачтено	зачтено

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Тестирование**  
на аудиторных занятиях

**По разделу 2 «Управление проектами»: решение кейс-заданий**

**ЗАДАНИЕ 1. Перечень трех лучших формулировок цели**

Уважаемы коллеги!

1. Ознакомьтесь с презентациями, в которых представлены формулировки целей реальных и учебных проектов (см. Нулевой блок «Банк проектных идей»).  
P.S. В папке содержатся 20 презентаций реальных молодежных проектов, представленных экспертной комиссии (в период с 2009 по 2013 годы) для получения денежного гранта в рамках Всероссийского конкурса проектов Росмолодежи.
2. Выберите лучшие 3, на ваш взгляд, цели с точки зрения точности и грамотного использования в этих презентациях такого инструмента, как SMART-тест.
3. Представьте свой выбор в таблице по образцу.

Объём ответа - до 2 000 знаков с пробелами.

Образец

**ТРИ ЛУЧШИЕ ФОРМУЛИРОВКИ ЦЕЛИ**

<b>Название проекта</b>	<b>Формулировка цели проекта</b>
-------------------------	----------------------------------

1.	ТЕТРАТЕК	<i>Провести пиар-компанию для 1000 потенциальных абитуриентов вуза МРОТ посредством раздачи 2 000 бесплатных тетрадей с рекламой вуза и контактами приемной комиссии в период с апреля по май на территории Калужской области.</i>
2.		
3.		

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Тестирование на аудиторных занятиях**

**5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине**

**5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.**

Контрольными мероприятиями промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине являются дифференцированные зачеты в пятом и шестом семестрах и экзамен в седьмом, которые проводятся в устной форме.

**5.2 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: особенности процессов самоорганизации и самообразования	Этап формирования знаний.
		Уметь: осуществлять самообразование в сфере профессионального развития	Этап формирования умений.
		Владеть: способами реализации процессов самоорганизации и самообразования	Этап формирования навыков и получения опыта.
ОПК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: особенности коммуникационных кампаний и мероприятий, принципы их планирования	Этап формирования знаний.

		Уметь: применять знания по планированию коммуникационных кампаний и мероприятий	Этап формирования умений.
		Владеть навыками организации коммуникационных кампаний и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта.
ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать основные требования и правила информационной безопасности	Этап формирования знаний.
		Уметь решать стандартные профессиональные задачи	Этап формирования умений.
		Владеть навыком применения информационно-коммуникационных технологий	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать основы планирования и контроля рекламной и ПР-деятельности	Этап формирования знаний.
		Уметь осуществлять оперативное планирование мероприятий по продвижению товаров и услуг, повышению имиджа фирмы	Этап формирования умений.
		Владеть инструментарием по оцениванию эффективности проведенных кампаний	Этап формирования навыков и получения опыта.



ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать основы организации и планирования деятельности фирмы	Этап формирования знаний.
		Уметь планировать и организовывать собственную деятельность	Этап формирования умений.
		Владеть инструментарием оценки эффективности собственной деятельности	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать особенности работы с малыми коллективами	Этап формирования знаний.
		Уметь организовывать и управлять малыми коллективами	Этап формирования умений.
		Владеть навыками оценки эффективности работы малого коллектива	Этап формирования навыков и получения опыта.

**5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.**

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ОК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при

		материал	видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ОК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений.	Аналитическое задание ( <i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i> )  Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;
ОК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание ( <i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации</i> )	в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;

		<i>и т.д.)</i> Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
--	--	---	---

**5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Перечень вопросов к зачету по модулям «Управление проектом», «Рекламный проект» и «Проект в ПР»**

**Теоретический блок вопросов:**

1. Поиск и выбор партнеров по некоммерческой деятельности
2. Использование механизмов маркетинга в деятельности некоммерческих организаций. Молодежные некоммерческие проекты – перспективное направление в PR .
3. Кадровая политика в некоммерческом молодежном секторе. Волонтеры
4. Смета как составная часть благотворительной программы
5. Принципы фандрейзинга
6. Проблемы измерения результатов деятельности в социальной сфере
7. Понятие благотворительности. Основные направления благотворительности, развитые в разных странах
8. Понятие и структура благотворительной программы
9. Социально ответственная политика компаний. Качественно новый подход к формированию миссии организации.
  1. Взаимодействие государственных органов, коммерческих и некоммерческих
  2. молодежных программ и проектов
11. Проблемы и перспективы развития некоммерческого молодежного сектора российской экономики

**Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):**

**Задание 1**

Рассматривается возможность реконструкции торгового центра. Работы, которые необходимо выполнить при реализации проекта, указаны в следующей таблице. В таблице указана также взаимосвязь работ и время выполнения каждой работы.

Работа	Содержание работы	Непосредственно предшествующая работа	Время выполнения (недель)
А	Подготовить архитектурный проект	-	5
В	Определить будущих арендаторов	-	6
С	Подготовить проспект для арендаторов	А	4

D	Выбрать подрядчика	A	3
E	Подготовить документы для получения разрешения	A	1
F	Получить разрешение на строительство	E	4
G	Осуществить строительство	D, F	14
H	Заключить контракты с арендаторами	B, C	12
I	Вселить арендаторов в павильоны	G, H	2

### Вопросы

1. За какое минимальное время может быть выполнен проект?
2. Какие работы находятся на критическом пути?
3. На сколько можно отложить начало выполнения работы E, чтобы это не повлияло на срок выполнения проекта?
4. На сколько можно отложить начало выполнения работы B, чтобы это не повлияло на срок выполнения проекта?
5. Что произойдет, если длительность задачи C увеличится на 2 недели?
6. Чему равно наиболее позднее время окончания работы D?

### Задание 2

В таблице представлена информация о продолжительности работ проекта и затратах на их выполнение.

	Непосредственно предшествующая работа	Нормальное время выполнения (месяц)	Минимальное время выполнения (месяц)	Затраты при нормальном времени (тыс. руб)	Затраты при минимальном времени (тыс. руб)
A	-	4	2	50	70
B	-	6	3	40	55
C	A	2	1	20	24
D	A	6	4	100	130
E	C, B	3	2	50	60
F	C, B	3	3	25	25
G	D, E	5	3	60	76

Найдите критический путь, ожидаемое время завершения проекта и затраты на реализацию проекта при нормальном времени выполнения всех работ.

Сформулируйте модель линейного программирования, которую можно было бы использовать для определения минимальных затрат на сокращение времени выполнения проекта.

### Вопросы

**Вопрос 1** Каковы минимальные затраты на выполнение проекта за один год?

**Вопрос 2** Какие работы и в какой последовательности необходимо сократить, чтобы выполнить проект за один год?

**Вопрос 3** За какое минимальное время может быть выполнен проект и какие в этом случае будут минимальные затраты?

### 5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестации по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины.**

### **6.1. Основная литература:**

#### **6.1. Основная литература**

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/42522>).

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455249>.

#### **6.2. Дополнительная литература**

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

#### **6.3. Литература на иностранных языках**

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)–Fifth Edition by Project Management Institute
2. The Fast Forward MBA in Project Management (Fast Forward MBA Series) by Eric Verzuh
3. Making Things Happen: Mastering Project Management (Theory in Practice) by Scott Berkun
4. Strategic Project Management Made Simple: Practical Tools for Leaders and Teams by Terry Schmidt
5. Project Management: Strategic Design and Implementation by David Cleland
6. Managing Projects: Expert Solutions to Everyday Challenges (Pocket Mentor) by Harvard Business School Press
7. Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach by Charles W. L. Hill Hardcover

**7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины**

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека  диссертаций РГБ содержит более 620 000  полных текстов диссертаций и авторефератов	<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
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</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  Единое окно доступа к образовательным ресурсам	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.  Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ  <a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся проектного модуля «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к лабораторной работе и занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

*Предварительная подготовка к лабораторной работе / учебному занятию семинарского типа* заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

*Работа во время проведения лабораторной работы и учебного занятия семинарского типа* включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

*Обработка, обобщение* полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по



возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

**Подготовка к зачету и экзамену.**

К зачету и экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

**9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

**9.1. Информационные технологии**

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

**9.2. Программное обеспечение**

1. Microsoft Office (Word, Excel),

**9.3. Информационные справочные системы**

Обучающиеся по программе имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»	Журналы издательства «Гребенников».	<a href="http://grebennikon.ru/">http://grebennikon.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.

			Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
4.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
5.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
6.	ЭБС «Библиороссика»	Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде.  5100 изданий открытого доступа	<a href="http://bibliorossica.com">http://bibliorossica.com</a>  100% доступ
7.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
8.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.

#### **10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

Для изучения учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

#### **11. Образовательные технологии**

При реализации учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «Стратегическое планирование и реализация рекламных и ПР-проектов» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## 12. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	<p>Утверждена и введена в действие решением кафедры рекламы маркетинга и связей с общественностью на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2017 №512</p>	<p>Протокол заседания кафедры № 11 от «28» мая 2020года</p>	<p>01.09.2020</p>

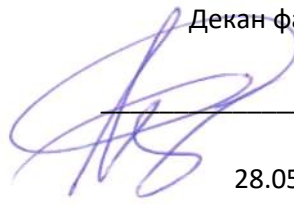


**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**

**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета



Романов И.В.

28.05.2020

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Локальный маркетинг»**

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность "Современные социальные коммуникации"**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**

***Очная, заочная***

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «*Локальный маркетинг*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

---

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



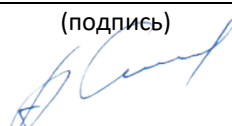
Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

---

(подпись)



---

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

## СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	480
1. Общие положения	480
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.	480
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.	480
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.	480
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины	6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	13
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	20
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	21
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	23
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	23
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины	23
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины	24
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины	25
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине	26
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине	28
5.6. Образовательные технологии	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	30

# РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1. Общие положения

### *1.1. Цель и задачи учебной дисциплины*

Цель учебной дисциплины «Локальный маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов партизанского маркетинга.

#### Задачи учебной дисциплины:

1. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
2. определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
3. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
4. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии партизанского маркетинга.

### *1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы*

Учебная дисциплина «**Локальный маркетинг**» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной, заочной с применением дистанционных образовательных технологий, формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «**Локальный маркетинг**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Стратегический маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

### *1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.*

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: **ПКО-1** (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);



**ПКО-3** (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<b>ПКО-1</b>	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПКО1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПКО 1.2. Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПКО1.3. Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	<b>ПКО-3</b>	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p>

			ПКО 3.2  Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций  ПКО 3.3  Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
--	--	--	---

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			

Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>78</b>	<b>78</b>			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>					
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4</b>		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>92</b>	<b>64</b>	<b>32</b>		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>4</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

**Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	92	64	32		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	4				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		

**2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины  
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	13	5	2	3		

Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>		
<b>Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»</b>	<b>65</b>	<b>39</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>11</b>		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском	13	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>		

маркетинге.							
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>78</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>22</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

### Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		

Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>92</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>6</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

**Заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов				
	Всего	Самостоятельная работа	Самостоятельная работа	Самостоятельная работа	Самостоятельная работа

			педагогическими работниками				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	<b>46</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>3</b>		
Тема 1. «Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	<b>46</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>3</b>		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		



Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>92</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>6</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

### РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие,	<b>39</b>	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению

принципы и основные подходы			ЭИОС				преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	39	18	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	19	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем, часов</b>	<b>78</b>	<b>36</b>		<b>38</b>		<b>4</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	46	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем, часов</b>	<b>92</b>	<b>44</b>		<b>44</b>		<b>4</b>	

**Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий**

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	<b>46</b>	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	<b>46</b>	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем, часов</b>	<b>92</b>	<b>44</b>		<b>44</b>		<b>4</b>	

**3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

**РАЗДЕЛ 1. «Локальный маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы**

**Тема 1. «Локальный маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов партизанского маркетинга на аудиторию.**

*Цель:* дать основные понятия курса, определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

История возникновения термина «Локальный маркетинг». Понятие и основные принципы «Партизанского маркетинга». Понятие «локальный маркетинг» (от англ. guerrillamarketing) было введено известным американским рекламистом Джеймсом Левинсоном в 1984 году. Он предложил малозатратные методы рекламы для малого бизнеса с небольшими бюджетами и высокой эффективностью. Но сейчас это также синоним нестандартных форм маркетинга, скрытых и неочевидных для потребителя.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. определить роль «партизанского маркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
2. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
3. определить основные условия применения методов партизанского маркетинга;
4. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга.

### **Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта.**

*Цель:* Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Традиционно локальный маркетинг подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. Александр Левитас (один из учеников Джейма Левинсона), называл данные креативные продукты «трюки, фокусы и уловки, позволяющие добраться до клиентов прежде, чем это сделают ваши конкуренты». При этом необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Определите три главных признака партизанского маркетинга: (дешевизна, необычность, виральность).
2. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
3. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга.

### **Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации**

*Цель: дать представление о функционировании партизанского маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

ДжейЛевинсон рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Локальный маркетинг зачастую действует «от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип партизанского маркетинга. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
2. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта партизанского маркетинга.
3. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для партизанского маркетинга.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:**

1. История появления партизанского маркетинга
2. Коммуникационные особенности партизанского маркетинга
3. Локальный маркетинг как новый вид маркетинговой коммуникации
4. Тенденции развития партизанского маркетинга
5. Лучшие мировые кейсы партизанского маркетинга

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Примерный перечень тестовых заданий**

**Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).**

**Тема 1**

1.1. Кто является автором понятия «локальный маркетинг»?

1.2. В какой стране локальный маркетинг получил наибольшее развитие на сегодняшний день?

1.3. Локальный маркетинг это:

- низкобюджетный маркетинг;
- вирусный маркетинг;
- нелегальный маркетинг.

## **Тема 2.**

2.1. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?

- виральность;
- виртуальность;
- вариативность.

2.2. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?

- дешевизна;
- известный автор;
- черный юмор.

2.3. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?

- использование нецензурной лексики;
- необычность, уникальность;
- медийный отклик.

## **Тема 3.**

3.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать локальный маркетинг?

- желание купить;
- шок;
- желание сфотографировать и поделиться.

3.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях партизанского маркетинга?

3.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей партизанского маркетинга:

- опрос;
- наблюдение;
- контент-анализ.

## **РАЗДЕЛ 2. Инструменты партизанского маркетинга**

#### **Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы**

*Цель: представить локальный маркетинг как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений*

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
2. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях партизанского маркетинга.

#### **Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.**

*Цель: научиться классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них локальный маркетинг. Разграничить локальный маркетинг, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.*

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Схожесть вирусного и партизанского маркетинга – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, локальный маркетинг – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и локальный маркетинг объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который локальный маркетинг всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Назовите черты сходства и отличия вирусного и партизанского маркетинга.
2. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и партизанского маркетинга.

#### **Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга**

*Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках партизанского маркетинга.*

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки партизанского маркетинга, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные методы социологии для оценки партизанского маркетинга;
2. Основные методы психологии для оценки партизанского маркетинга;
3. Расшифровка и принцип работы RACE.

#### **Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.**

*Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.*

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании партизанского маркетинга. Известные кейсы негативного влияния партизанского маркетинга на деятельность компаний и их представителей.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании партизанского маркетинга.

#### **Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.**

*Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов*



*сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги партизанского маркетинга.*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Какие работы выполняют специализированные агентства?
2. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
3. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания:** контрольная работа

**Контрольная работа.**

**Тема:** Методы создания эффективных проектов в области партизанского маркетинга.

**Цель:** выработать практические навыки проектирования партизанского маркетинга.

**Примерные темы контрольных работ:**

1. Метод исследования и оценки результатов партизанского маркетинга «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
2. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
3. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
4. Комплексное исследование современных проектов партизанского маркетинга.

**Содержание контрольной работы:**

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов партизанского маркетинга, аналогичный работе практикующих специалистов.

**Назначение контрольной работы** - закрепить знания о методах партизанского маркетинга.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции партизанского маркетинга;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода партизанского маркетинга.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода партизанского маркетинга и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### **Тема 4.**

#### **4.1. Что такое трассировка рекламы?**

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.

#### **4.2. Что такое ко-промоушн?**

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

## **Тема 5.**

5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от партизанского маркетинга?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

5.2. Каковы отличия партизанского маркетинга и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

## **Тема 6.**

6.1. Как расшифровывается аббревиатура RACE?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности партизанского маркетинга?

- социология и экономика;
- психология и социология;
- психология и культурология.

## **Тема 7.**

7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

## **Тема 8.**

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги партизанского маркетинга.

## РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### 4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая	Этап формирования навыков и получения опыта

		основные технологии маркетинговых коммуникаций	
--	--	--	--

#### 4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПКО-1, ПКО-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: ( 9-10] баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в

			<p>ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	---

<p><b>ПКО-1,</b> <b>ПКО-3</b></p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание <i>(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные</p>
<p><b>ПКО-1,</b> <b>ПКО-3</b></p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание <i>(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении</p>

			<p>практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	--

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине**

*Теоретический блок вопросов:*



1. Место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Локальный маркетинг, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
3. Функционирование партизанского маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.
4. Классификация видов инновационного маркетинга и место партизанского маркетинга. Разграничение партизанского маркетинга, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
5. Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках партизанского маркетинга.
6. Локальный маркетинг как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.
7. Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге.
8. Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.

**Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):**

1. Определите основные условия применения методов партизанского маркетинга;
2. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга;
3. Определите три главных признака партизанского маркетинга.
4. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
5. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга.
6. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
7. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта партизанского маркетинга.
8. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами партизанского маркетинга, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
9. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
10. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта партизанского маркетинга.

**4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины**

#### **5.1.1. Основная литература**

Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450188>

Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 381 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04517-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438882>

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

2.

3. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450160>

Кириянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кириянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451797>

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Электронная юридическая библиотека «ЮристЛиб». Режим доступа: <http://www.juristlib.ru/>.

Российская государственная библиотека// электронный каталог <http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/>

РГСУ//научные журналы <http://lib.socio.msu.ru/l/library>

Президентская библиотека <http://www.prlib.ru>

Национальная электронная библиотека <http://www.rusneb.ru>

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
Научнонаследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ

Электронная библиотека учебников	Программа Президиума РАН. 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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

### 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Локальный маркетинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для

самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

#### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

##### **5.4.1. Средства информационных технологий**

- 38. Персональные компьютеры;
- 39. Средства доступа к Интернет;
- 40. Проектор.

##### **5.4.2. Программное обеспечение**

- 12. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др\*.

##### **5.4.3. Информационные справочные системы**

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ

2.	<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru</p>	<p>Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.</p>	<p><a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>  Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.   Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.</p>
3.	<p>ЭБС издательства «Юрайт»</p>	<p>Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.</p>	<p><a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>  100% доступ</p>
4.	<p>ЭБС издательства «Лань»</p>	<p>Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»</p>	<p><a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>  100% доступ</p>
5.	<p>База данных EastView</p>	<p>Полнотекстовая база данных периодики.</p>	<p><a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a>  С любого компьютера в сети Университета</p>
6.	<p>База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:</p>	<p>Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.</p>	<p><a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>
7.	<p>Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)</p>	<p>Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.</p>	<p>Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID.   Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a>   В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение:   "Russian Higher Education &amp; Research (FEDURUS)"   На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p>

			<p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>
--	--	--	---

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины «*Локальный маркетинг*» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### 5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины «*Локальный маркетинг*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины «*Локальный маркетинг*» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины «*Локальный маркетинг*» предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «*Локальный маркетинг*» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «*Локальный маркетинг*» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с



направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения
1	Утверждена и введена в действие решением кафедры рекламы маркетинга и связей с общественностью на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2017 №512	Протокол заседания кафедры № 11 от «28» мая 2020года



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Романов И.В.

28.05.2020

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Партизанский маркетинг»**

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность "Современные социальные коммуникации"**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
*ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения**

***Очная, заочная***

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Партизанский маркетинг» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.  
Руководитель основной образовательной программы  
к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

---

(подпись)

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента  
Протокол № 11 от «28» мая 2020 года  
Декан факультета к.п.с.н., доцент



И.В. Романов

---

(подпись)

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе



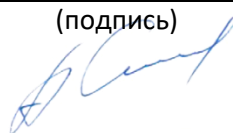
Н.Н. Терещенко

ORTA Communications Group

Генеральный директор

---

(подпись)



---

(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

---

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической  
работе



В.А. Матанис

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	480
1. Общие положения	480
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины. ....	480
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы. ....	480
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	480
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося	5
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины.....	6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	11
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	13
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ	19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине .....	19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	21
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	23
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	23
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	23
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины	24
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	25
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	26
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	28
5.6. Образовательные технологии .....	29
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	30

# РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1. Общие положения

### *1.1. Цель и задачи учебной дисциплины*

Цель учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» состоит в формировании у студентов знаний об альтернативных формах маркетинговой деятельности, учитывая социальные, психологические, экономические, технологические и иные предпосылки их появления. Дисциплина дает навык анализа конкурентной среды, выбора оптимальных каналов и инструментов деятельности, создания уникальных креативных концепций и оценки результатов партизанского маркетинга.

#### Задачи учебной дисциплины:

5. дать представление о современных коммуникационных процессах, влияющих на снижение эффективности традиционных форм маркетинга;
6. определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций;
7. изучить особенности восприятия целевой аудиторией различных видов контента;
8. получить навык создания креативного продукта в рамках стратегии партизанского маркетинга.

### *1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы*

Учебная дисциплина «Партизанский маркетинг» реализуется в **дополнительной части** основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Маркетинговые коммуникации», **очной, заочной, заочной с применением дистанционных образовательных технологий, формах обучения.**

Изучение учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Введение в маркетинг», «Менеджмент». В основе курса лежат такие научные дисциплины, как общая экономическая теория, социология, психология, социальная история. Содержание дисциплины тесно переплетается с содержанием следующих курсов: «Стратегический маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Технологии брендинга» и других.

### *1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.*

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных **компетенций**, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой – программой подготовки бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: **ПКО-1** (способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий);

**ПКО-3** (способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<b>ПКО-1</b>	способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПКО1.1 Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПКО 1.2. Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПКО1.3. Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>
	<b>ПКО-3</b>	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПКО-3.1 Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов</p>

			ПКО 3.2  Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций  ПКО 3.3  Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций
--	--	--	---

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по очной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	22	22			



Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>78</b>	<b>78</b>			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>					
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4</b>		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>92</b>	<b>64</b>	<b>32</b>		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>4</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

**Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	5		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	92	64	32		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	4				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		

**2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины  
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	39	15	4	11		
Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные	17	13	5	2	3		

предпосылки							
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>		
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	<b>39</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>11</b>		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками,	13	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>		

специализирующимися на партизанском маркетинге.							
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>78</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>22</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

### Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		

Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.	13	9	3	1	1		
Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга.	13	9	3	1	1		
Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.	13	9	3	1	0		
Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.	13	9	3	1	0		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>							
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>92</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>6</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

**Заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	--

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	43	46	12	3	3		
Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки	17	16	5	1	1		
Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта	13	15	5	1	1		
Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации	13	15	5	1	1		
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	65	46	15	5	3		
Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы	13		3	1	1		
Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы,	13	9	3	1	1		



Раздел 1. «Партизанский маркетинг»:  понятие, принципы и основные подходы	<b>39</b>	<b>18</b>	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	<b>19</b>	реферат	<b>2</b>	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	<b>39</b>	<b>18</b>	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	<b>19</b>	реферат	<b>2</b>	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем, часов</b>	<b>78</b>	<b>36</b>		<b>38</b>		<b>4</b>	

#### Заочная форма обучения

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»:  понятие, принципы и основные подходы	<b>46</b>	<b>22</b>	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	<b>22</b>	реферат	<b>2</b>	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	<b>46</b>	<b>22</b>	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	<b>22</b>	реферат	<b>2</b>	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя



<b>Общий объем, часов</b>	<b>92</b>	<b>44</b>		<b>44</b>		<b>4</b>	
---------------------------	-----------	-----------	--	-----------	--	----------	--

**Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий**

Раздел,	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного контроля
Раздел 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы	<b>46</b>	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Инструменты «Партизанского маркетинга»	<b>46</b>	22	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	22	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
<b>Общий объем, часов</b>	<b>92</b>	<b>44</b>		<b>44</b>		<b>4</b>	

**3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

**РАЗДЕЛ 1. «Партизанский маркетинг»: понятие, принципы и основные подходы**

**Тема 1. «Партизанский маркетинг» - история происхождения, рыночные предпосылки. Кризис традиционного маркетинга и развитие альтернативных инновационных форм маркетинговой активности. Особенности воздействия приёмов партизанского маркетинга на аудиторию.**

*Цель: дать основные понятия курса, определить место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.*

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

История возникновения термина «Партизанский маркетинг». Понятие и основные принципы «Партизанского маркетинга». Понятие «партизанский маркетинг» (от англ. guerrillamarketing) было введено известным американским рекламистом Джеймсом Левинсоном в 1984 году. Он предложил малозатратные методы рекламы для малого бизнеса с небольшими бюджетами и высокой эффективностью. Но сейчас это также синоним нестандартных форм маркетинга, скрытых и неочевидных для потребителя.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

5. определить роль «партизанского маркетинга» в повышении эффективности маркетинговой деятельности;
6. расшифровать понятие «Фиолетовая корова»;
7. определить основные условия применения методов партизанского маркетинга;
8. изучить примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга.

**Тема 2. Отличие приемов партизанского маркетинга, инновационная сущность креативного продукта.**

*Цель: Дать студентам представление о партизанском маркетинге, как инновационной деятельности, отличии данного креативного продукта.*

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Традиционно партизанский маркетинг подразумевает использование оригинальных визитных карточек, креативных буклетов, наклеек, открыток и т.п. Александр Левитас (один из учеников Джейма Левинсона), называл данные креативные продукты «трюки, фокусы и уловки, позволяющие добраться до клиентов прежде, чем это сделают ваши конкуренты». При этом необходимо уделять большое внимание созданию дизайна, который является ключевым элементом креативной концепции.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

4. Определите три главных признака партизанского маркетинга: (дешевизна, необычность, виральность).
5. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.

6. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга.

### **Тема 3. Специфика функционирования партизанского маркетинга и основные каналы коммуникации**

*Цель: дать представление о функционировании партизанского маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации*

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

ДжейЛевинсон рекомендовал размещать оригинальные сообщения в неожиданных местах и в неожиданное время. При этом необходимо предварительно изучить поведенческие особенности своей аудитории, ее привычки и ожидания. Партизанский маркетинг зачастую действует «от противного», привлекая тем самым повышенное внимание. Реклама появляется там, где этого не ожидают – основной принцип партизанского маркетинга. Используются необычные носители, с целью вызвать эмоциональную реакцию и запоминание. Необходимо быть готовым к тому, что распространение сообщения может занять большее время, чем в более традиционных формах маркетинга.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

4. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
5. Опишите спектр реакций аудитории, которые возможны при восприятии продукта партизанского маркетинга.
6. Назовите удачные примеры коммуникационных каналов для партизанского маркетинга.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:**

6. История появления партизанского маркетинга
7. Коммуникационные особенности партизанского маркетинга
8. Партизанский маркетинг как новый вид маркетинговой коммуникации
9. Тенденции развития партизанского маркетинга
10. Лучшие мировые кейсы партизанского маркетинга

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Примерный перечень тестовых заданий**

## **Модуль контрольного тестирования № 1 (по темам 1-3).**

### **Тема 1**

1.1. Кто является автором понятия «партизанский маркетинг»?

1.2. В какой стране партизанский маркетинг получил наибольшее развитие на сегодняшний день?

1.3. Партизанский маркетинг это:

- низкобюджетный маркетинг;
- вирусный маркетинг;
- нелегальный маркетинг.

### **Тема 2.**

2.1. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?

- виральность;
- виртуальность;
- вариативность.

2.2. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?

- дешевизна;
- известный автор;
- черный юмор.

2.3. Что является признаком креативного продукта партизанского маркетинга?

- использование нецензурной лексики;
- необычность, уникальность;
- медийный отклик.

### **Тема 3.**

6.1. Какую реакцию у аудитории стремится вызвать партизанский маркетинг?

- желание купить;
- шок;
- желание сфотографировать и поделиться.

6.2. Есть ли коммуникационные носители, которые нельзя использовать в целях партизанского маркетинга?

6.3. Какой метод исследования аудитории наиболее пригоден для целей партизанского маркетинга:

- опрос;
- наблюдение;

- контент-анализ.

## **РАЗДЕЛ 2. Инструменты партизанского маркетинга**

**Тема 4. Малобюджетные маркетинговые инструменты: партнёрский маркетинг, копромоушн, трассировка рекламы**

*Цель: представить партизанский маркетинг как деятельность, связанную с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Управление бюджетом на продвижение, чек-лист трассировки: стоимость привлечения обращения и стоимость привлечения покупателя. Подсчет эффективности каналов продвижения через телефон, офис, интернет. Снижение затрат за счет партнерского маркетинга и кросс-маркетинга (копромоушн).

### **Вопросы для самоподготовки:**

3. Что такое трассировка рекламы и как осуществляется оценка?
4. В чем заключается сущность партнерского продвижения или копромоушн, как это используется в целях партизанского маркетинга.

**Тема 5. Отличие партизанского маркетинга от других схожих форм продвижения: вирусной рекламы, нативной рекламы и проч.**

*Цель: научиться классифицировать различные виды инновационного маркетинга и выделять среди них партизанский маркетинг. Разграничить партизанский маркетинг, вирусный маркетинг и нативную рекламу, как наиболее схожие виды.*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Схожесть вирусного и партизанского маркетинга – в эмоциональной реакции аудитории и связанном с этим эффектом запоминаемости. Вирусный маркетинг определяется желанием потребителя информации передать ее дальше, партизанский маркетинг – желанием приобрести рекламируемый товар или воспользоваться услугой. Нативная реклама и партизанский маркетинг объединены скрытой формой продвижения, с использованием разных изначально несвязанных с рекламой форм коммуникации. Отличие – в бюджете, который партизанский маркетинг всегда минимизирует, в то время как у нативной рекламы нет такой цели.

### **Вопросы для самоподготовки:**

3. Назовите черты сходства и отличия вирусного и партизанского маркетинга.
4. Назовите черты сходства и отличия нативной рекламы и партизанского маркетинга.

## **Тема 6. Принципы оценки результатов партизанского маркетинга**

*Цель: выстроить систему профессиональной оценки результатов деятельности в рамках партизанского маркетинга.*

**Перечень изучаемых элементов содержания**  
**RACE как принцип выстраивания маркетинговых коммуникаций и оценки их эффективности. Социологические и психологические методы оценки партизанского маркетинга, сложность классификации и интерпретации эмоциональных реакций аудитории на креативный продукт, необходимость предварительного тестирования креативных концепций.**

### **Вопросы для самоподготовки:**

4. Основные методы социологии для оценки партизанского маркетинга;
5. Основные методы психологии для оценки партизанского маркетинга;
6. Расшифровка и принцип работы **RACE**.

## **Тема 7. Риски партизанского маркетинга, судебные и репутационные издержки.**

*Цель: определить законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге. Обозначить проблему восприятия креатива различными группами граждан, классифицировать ограничения: возрастные, субкультурные, религиозные, и проч.*

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

**Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие надзор за содержанием рекламных сообщений. Оценка возможных рисков для бюджета и репутации при планировании партизанского маркетинга. Известные кейсы негативного влияния партизанского маркетинга на деятельность компаний и их представителей.**

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Назовите основные Законодательные акты РФ, контролирующие распространение рекламы.
2. Определите общественные структуры, способные ограничивать распространение рекламы.
3. Зафиксируйте способы оценки потенциальных рисков перед запуском кампании партизанского маркетинга.

**Тема 8. Сотрудничество со специализированными агентствами и иными подрядчиками, специализирующимися на партизанском маркетинге.**

*Цель: определить принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами. Дать критерии написания ТЗ, контроля работ, оценки результатов сотрудничества. Определить основных игроков на рынке агентств, предоставляющих услуги партизанского маркетинга.*

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Преимущества работы со специализированным агентством: экономия на издержках, необходимых для содержания собственного штата; богатый опыт агентства в этой области; возможность выбрать лучшего подрядчика на рынке. Риски: недостаточное знание бизнеса заказчика, отсутствие точных критериев оценки креативного продукта. Особенности составления ТЗ, оформления договорных отношений, формирование бюджета, контроль за выполнением ТЗ.

**Вопросы для самоподготовки:**

4. Какие работы выполняют специализированные агентства?
5. Каковы преимущества и риски работы с агентством.
6. Как составляется ТЗ для работы с агентством.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания:** контрольная работа

**Контрольная работа.**

**Тема:** Методы создания эффективных проектов в области партизанского маркетинга.

**Цель:** выработать практические навыки проектирования партизанского маркетинга.

**Примерные темы контрольных работ:**

5. Метод исследования и оценки результатов партизанского маркетинга «Широко раскрытые глаза», создание проекта.
6. Метод «Ботинки клиента». Семь шагов клиента к кассе. Создание проекта.
7. «Принцип осьминога» и «принцип Парфенона». Основные рычаги системы малозатратного маркетинга. Анализ проекта.
8. Комплексное исследование современных проектов партизанского маркетинга.

**Содержание контрольной работы:**

Программой изучения курса для студентов очного отделения предусмотрена контрольная работа.

Выбор темы осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

После выбора темы начинается творческий процесс применения приемов партизанского маркетинга, аналогичный работе практикующих специалистов.

**Назначение контрольной работы** - закрепить знания о методах партизанского маркетинга.

Исходя из этого, студент осуществляет:

- выбор метода создания креативного продукта или анализа концепции партизанского маркетинга;
- формулирование особенностей выбранного метода;
- встраивание его в систему коммуникаций;
- планирование эффекта от применения метода партизанского маркетинга.

Таким образом, с помощью контрольной работы составляется программа использования определенного метода партизанского маркетинга и оценки его эффективности. Эти наработки могут быть в дальнейшем использованы как в прикладной деятельности студента, так и для написания выпускной (дипломной) квалификационной работы.

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля** – компьютерное тестирование

#### **Тема 4.**

##### **4.1. Что такое трассировка рекламы?**

- удешевление;
- удорожание;
- распределение по каналам распространения.



#### 4.2. Что такое ко-промоушн?

- синоним партнерского маркетинга;
- быстрый маркетинг,
- способ сократить расходы.

#### **Тема 5.**

##### 5.1. Каковы отличия вирусного маркетинга от партизанского маркетинга?

- разные каналы распространения креативного продукта;
- разные параметры эффективности;
- разные аудитории.

##### 5.2. Каковы отличия партизанского маркетинга и нативной рекламы?

- разная стоимость;
- разные правила оформления контента;
- разные цели.

#### **Тема 6.**

##### 6.1. Как расшифровывается аббревиатура **RACE**?

- Research, Action, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Communication, Evaluation
- Research, Activity, Capacity, Evaluation

##### 6.2. Какие две науки дали основные методы оценки эффективности партизанского маркетинга?

- социология и экономика;
- психология и социология;
- психология и культурология.

#### **Тема 7.**

##### 7.1. Какой закон регламентирует рекламную деятельность в РФ

##### 7.2. Какая общественная организация контролирует рекламную деятельность в РФ

#### **Тема 8.**

8.1. Какие вы знаете агентства, предоставляющие услуги партизанского маркетинга.

## РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

### 4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

### 4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: основные технологии маркетинговых коммуникаций разных типов	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике знания основных технологий маркетинговых коммуникаций	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационного	Этап формирования навыков и получения опыта

		продукта, учитывая основные технологии маркетинговых коммуникаций	
--	--	---	--

#### 4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПКО-1, ПКО-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: ( 9-10] баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных

			<p>неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	---

<p><b>ПКО-1,</b> <b>ПКО-3</b></p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание <i>(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные</p>
<p><b>ПКО-1,</b> <b>ПКО-3</b></p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание <i>(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>теорией: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении</p>

			<p>практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.</p>
--	--	--	--

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине**

*Теоретический блок вопросов:*

9. *Место партизанского маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций.*
10. Партизанский маркетинг, как инновационная деятельность, отличие креативного продукта.
11. *Функционирование партизанского маркетинга в современных условиях развития технических средств коммуникации и определенных тенденций поиска и потребления информации.*
12. Классификация видов инновационного маркетинга и место партизанского маркетинга. Разграничение партизанского маркетинга, вирусного маркетинга и нативной рекламы.
13. *Система профессиональной оценки результатов деятельности в рамках партизанского маркетинга.*
14. *Партизанский маркетинг как деятельность, связанная с постоянной минимизацией расходов за счет выработки новых решений.*
15. *Законодательные и морально-этические ограничения в партизанском маркетинге.*
16. *Принципы сотрудничества со специализированными маркетинговыми агентствами.*

**Аналитическое задание (задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):**

11. Определите основные условия применения методов партизанского маркетинга;
12. Изучите примеры наиболее удачного мирового опыта партизанского маркетинга;
13. Определите три главных признака партизанского маркетинга.
14. Назовите примеры креативного продукта, которые можно отнести к партизанскому маркетингу.
15. Назовите основные способы тестирования креативного продукта перед запуском проекта партизанского маркетинга.
16. Назовите основные методы изучения аудитории для выбора коммуникационных носителей партизанского маркетинга.
17. Проведите трассировку рекламы любого креативного продукта партизанского маркетинга.
18. Создайте план продвижения одного и того же креативного продукта инструментами партизанского маркетинга, вирусного маркетинга, нативной рекламы.
19. Составьте план коммуникационной активности в соответствии со схемой RACE
20. Составьте ТЗ для агентства по созданию и размещению креативного продукта партизанского маркетинга.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

## **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины**

#### **5.1.1. Основная литература**

1. *Голубкова, Е. Н.* Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157> (дата обращения: 13.12.2020).
2. *Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой.* — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376> (дата обращения: 13.12.2020).

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

1. *Дзялошинский, И. М.* Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456679> (дата обращения: 13.12.2020).
2. *Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой.* — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 13.12.2020).
3. *Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой.* — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст :



электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127> (дата обращения: 04.12.2020).

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452744> (дата обращения: 13.12.2020).
5. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 352 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09873-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brening-428806>.
6. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 13.12.2020).

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Электронная юридическая библиотека «ЮристЛиб». Режим доступа: <http://www.juristlib.ru/>.

Российская государственная библиотека // электронный каталог <http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/>

РГСУ // научные журналы <http://lib.socio.msu.ru/l/library>

Президентская библиотека <http://www.prilib.ru>

Национальная электронная библиотека <http://www.rusneb.ru>

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	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ

(УИС РОССИЯ)	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	
Научноенаследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</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
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.
--

### **5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Партизанский маркетинг» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

## **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

### **5.4.1. Средства информационных технологий**

41. Персональные компьютеры;
42. Средства доступа к Интернет;
43. Проектор.

### **5.4.2. Программное обеспечение**

13. MicrosoftOffice (Word, Excel) и др\*.

### 5.4.3. Информационные справочные системы

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.  Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> ResearcherID.  Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com">http://login.webofknowledge.com</a>

			<p>Л</p> <p>В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение:</p> <p>"Russian Higher Education &amp; Research (FEDURUS)"</p> <p>На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS".</p> <p>Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID.</p> <p>Доступ с любого компьютера в сети Университета.</p>
--	--	--	--

### **5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

Для изучения учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

### **5.6 Образовательные технологии**

При реализации учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения. Освоение учебной дисциплины *«Партизанский маркетинг»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий

в форме (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся. При освоении учебной дисциплины «Партизанский маркетинг»предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «Партизанский маркетинг»предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеofilm, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины «Партизанский маркетинг»предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Утверждена и введена в действие решением кафедры рекламы маркетинга и связей с общественностью на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2017 №512	Протокол заседания кафедры № 11 от «28» мая 2020года	01.09.2020



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета /Директор филиала

И.В. Романов

28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

***МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ***

**Направление подготовки**

***42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»***

**Направленность**

***«Современные социальные коммуникации»***

***ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Квалификация**

***Бакалавр***

**Форма обучения**

***Очная, заочная***

Москва 2020



Рабочая программа «Корпоративная коммуникация» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



(подпись)

М.В. Гундарин

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании совета факультета коммуникативного менеджмента

Протокол № 11 от «28» мая 2020 года

Декан факультета к.п.н., доцент



(подпись)

И.В. Романов

Рабочая программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ЗАО «Аргументы и факты»

Директор по региональной рекламе

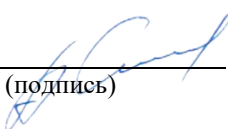


Н.Н. Терещенко

(подпись)

ORTA Communications Group

Генеральный директор



(подпись)

А.В. Сафронов

Рабочая программа практики рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.и.н., профессор

Дипломатическая Академия МИД РФ



Е.Н. Пашенцев

(подпись)

К.ф.н., доцент

Зам. декана по учебно-методической работе



В.А. Матанис

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. Маляр

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины .....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата .....	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося .....	7
2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины .....	8
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....	13
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине .....	13

3.2. Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине .....	15
<b>РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>18</b>
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине .....	18
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	19
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	22
4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	23
4.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	28
<b>РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>28</b>
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины .....	28
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины .....	30
5.3. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины .....	30
5.4. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	32
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине .....	34
5.6. Образовательные технологии .....	34
<b>ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....</b>	<b>36</b>

# РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о методологии и методике исследований коммуникаций с их последующим применением в профессиональной сфере и формировании практических навыков по проведению маркетинговых исследований прежде всего в коммуникационной сфере.

Задачи учебной дисциплины:

1. Получение знаний о видах и источниках информации о корпоративных и медиакоммуникациях.
2. Изучение процесса и видов исследований, а также области их применения.
3. Формирование практических навыков исследований в сфере коммуникаций.
4. Овладение знаниями и умениями применять методику исследований при разработке и реализации коммуникационных проектов.

## 1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинговые Исследования» реализуется в блоке Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4) основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очной и заочной форм обучения.

Среди других дисциплин по выбору – «Нейромаркетинг», «Активные продажи». Изучение учебной дисциплины «Маркетинговые Исследования» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: «Социология», «Введение в коммуникативные специальности», «Экономика», «Основы управления проектами», «Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности».

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Корпоративная коммуникация (обязательная часть, профессиональный модуль);
  - Кризисные коммуникации (обязательная часть, профессиональный модуль);
  - Работа с информацией в сети Интернет (обязательная часть, профессиональный модуль);
  - Стратегический маркетинг и брендинг (часть, формируемая участниками образовательных отношений);
- и т.д.

## 1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПКО-1; ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой

высшего образования - программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

<b>Категория компетенций</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
			УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
			УК- 1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
			УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения
			УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
Анализ и оценка профессиональной информации	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. Анализирует и обобщает профессиональную информацию на теоретико-методологическом уровне; профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов
			ОПК. 2.2. Описывает социальные явления и процессы на основе комплексной информации
	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК4.1 понимает актуальные запросы общества и аудитории
			ОПК4.2 применяет знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях
			ОПК4.3 использует навыки получения знаний об обществе при осуществлении коммуникационной

			активности
	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1 понимает актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране</p> <p>ОПК7.2 просчитывает результаты профессиональной деятельности в социальном плане</p> <p>ОПК7.3 использует навыки получения культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности</p>
	ПКО-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	<p>ПКО-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКО-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПКО-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта</p>
	ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	<p>ПК4.1 формирует этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 4.2 принимает результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p> <p>ПК 4.3 использует навыки разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации</p>

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 4 семестре, 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 (по видам учебных занятий) (всего):</b>	30	30			
Учебные занятия лекционного типа	14	14			
Практические занятия	16	16			
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	42	42			
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>36</b>	<b>36</b>			
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>108</b>			

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 и 6 семестре по заочной форме обучения, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа		4	2		

Практические занятия		4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>87</b>	<b>64</b>	<b>23</b>		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		

Общая трудоемкость учебной дисциплины, изучаемой в 5 и 6 семестре по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен экзамен.

**Заочная форма обучения с использованием дистанционных образовательных технологий**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
<b>Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):</b>	12	8	4		
Учебные занятия лекционного типа	6	4	2		
Практические занятия	6	4	2		
Лабораторные занятия	-	-			
Контактная работа в ЭИОС	-	-			
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>87</b>	<b>64</b>	<b>23</b>		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>				
<b>ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		

## 2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

### Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	--



	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Методологические основы исследований в коммуникациях	21	12	9	5	4		
Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение исследований в сфере коммуникаций	11	6	5	3	2		
Тема 1.2. Общая характеристика исследований	10	6	4	2	2		
Раздел 2. Подготовка исследования и сбор информации в сфере коммуникаций	17	10	7	3	4		
Тема 2.1. Подготовка исследования в сфере коммуникаций	9	5	4	2	2		
Тема 2.2. Методы сбора информации	8	5	3	1	2		
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	17	10	7	3	4		
Тема 3.1. Обработка и анализ информации	9	5	4	2	2		
Тема 3.2. Представление результатов исследования в сфере коммуникаций	8	5	3	1	2		
Раздел 4. Исследования рекламы и связей с общественностью	17	10	7	3	4		
Тема 4.1. Особенности исследований рекламы и связей с общественностью	9	5	4	2	2		
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью	8	5	3	1	2		

Контроль промежуточной аттестации (час)	36						
Общий объем, часов	108	42	30	14	16	0	0
Форма промежуточной аттестации	Экзамен						
Общий объем часов по учебной дисциплине	108	42	30	14	16	0	0

### Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Методологические основы исследований в коммуникациях	27	24	3	2	1		
Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение исследований в сфере коммуникаций	14	12	2	1	1		
Тема 1.2. Общая характеристика исследований	13	12	1	1	0		
Раздел 2. Подготовка маркетингового исследования	24	21	3	1	2		
Тема 2.1. Подготовка исследования в сфере коммуникаций	12	10	2	1	1		
Тема 2.2. Методы сбора информации	12	11	1	0	1		
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	24	21	3	2	1		
Тема 3.1. Обработка и анализ информации	12	10	2	1	1		
Тема 3.2. Представление результатов	12	11	1	1	0		

исследования в сфере коммуникаций							
Раздел 4. Исследования рекламы и связей с общественностью	24	21	3	1	2		
Тема 4.1. Особенности исследований рекламы и связей с общественностью	12	11	1	0	1		
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью	12	10	2	1	1		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>						
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>87</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>						
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>87</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1. Методологические основы исследований в коммуникациях	27	24	3	2	1		
Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение исследований в сфере коммуникаций	14	12	2	1	1		
Тема 1.2. Общая характеристика исследований	13	12	1	1	0		
Раздел 2. Подготовка исследования и сбор информации в сфере коммуникаций	24	21	3	1	2		

Тема 2.1. Подготовка исследования в сфере коммуникаций	12	10	2	1	1		
Тема 2.2. Методы сбора информации	12	11	1	0	1		
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	24	21	3	2	1		
Тема 3.1. Обработка и анализ информации	12	10	2	1	1		
Тема 3.2. Представление результатов исследования в сфере коммуникаций	12	11	1	1	0		
Раздел 4. Исследования рекламы и связей с общественностью	24	21	3	1	2		
Тема 4.1. Особенности исследований рекламы и связей с общественностью	12	11	1	0	1		
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью	12	10	2	1	1		
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	<b>9</b>						
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>87</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>						
<b>Общий объем часов по учебной дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>87</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

### РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Методологические основы исследований в коммуникациях	12	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Подготовка исследования и сбор информации в сфере коммуникаций	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Исследовательская работа	2	Контрольная работа
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Отчет	2	Контрольная работа
Раздел 4. Исследования рекламы и связей с общественностью	10	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Исследовательская работа	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>42</b>	<b>17</b>		<b>17</b>		<b>8</b>	

#### Заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся
--------------	-------	---

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Методологические основы исследований в коммуникациях	24	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	Реферат	2	Контрольная работа
Раздел 2. Подготовка исследования и сбор информации в сфере коммуникаций	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Исследовательская работа	2	Контрольная работа
Раздел 3. Обработка, анализ и представление информации в сфере коммуникаций	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Отчет	2	Контрольная работа
Раздел 4. Исследования рекламы и связей с общественностью	21	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	Исследовательская работа	2	Компьютерное тестирование
<b>Общий объем по дисциплине, часов</b>	<b>87</b>	<b>41</b>		<b>38</b>		<b>8</b>	

### 3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

## **РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

### **Тема 1.1. Виды коммуникаций и значение исследований в сфере коммуникаций**

#### **Цель:**

Изучить виды коммуникаций по различным признакам классификации и роль исследований в данной сфере.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Понятие «коммуникация». Классификация видов коммуникаций.
- *Значение исследований в сфере коммуникаций.*
- *Коммуникационная модель.*
- *Виды и источники информации.*

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Применение коммуникационной модели в рекламном бизнесе.
2. Классификация видов информации.
3. Основные источники информации о корпоративных и медиакоммуникациях в России.

### **Тема 1.2. Общая характеристика исследований**

#### **Цель:**

Сформировать представление о требованиях, предъявляемых к исследованиям коммуникаций, и процедуре исследования.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Принципы исследований.
- Методы маркетинговых исследований.
- Виды исследований.
- Процесс исследования в сфере коммуникаций.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Полевые и кабинетные исследования: сравнительный анализ.
2. Виды исследований в сфере коммуникаций.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Форма практического задания: реферат.**

Перечень тем рефератов к разделу 1:

4. Классификация и характеристика видов коммуникаций.
5. Корпоративные и медиакоммуникации.
6. Коммуникационная модель, особенности ее применения в сфере рекламы и связей с общественностью.
7. Виды и источники информации в сфере коммуникаций.
8. Принципы и методы исследований, применяемые в сфере коммуникаций.
9. Классификация и обзор видов исследований в сфере коммуникаций.
10. Процесс исследования и его особенности в сфере коммуникаций

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма рубежного контроля: контрольная работа.**

## **РАЗДЕЛ 2. ПОДГОТОВКА ИССЛЕДОВАНИЯ И СБОР ИНФОРМАЦИИ**

### **Тема 2.1. Подготовка *маркетинговых* исследований в сфере коммуникаций**

**Цель:** Уметь корректно определять проблемы, ставить цели и разрабатывать проекты исследований в сфере коммуникаций.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Определение проблемы исследования.
- Постановка целей и задач исследования.

Разработка проекта исследования.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Типы целей исследования.
2. Определение выборки участников исследования.
3. Состав и разработка бюджета исследования.

### **Тема 2.2. Методы сбора информации**

**Цель:** Овладеть основными методами сбора информации и приобрести навыки проведения исследований в сфере коммуникаций.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Преимущества, недостатки и особенности сбора вторичной маркетинговой информации.



- Преимущества, недостатки и особенности сбора первичной маркетинговой информации.
- Метод наблюдения.
- Экспериментальный метод.
- Имитационное моделирование.
- Опрос.
- Типы и технология проведения фокус-групп.
- Типы и технология проведения анкетных опросов.
- Смешанные методы сбора первичной информации.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Гайды для фокус-групп.
2. Особенности анкетных Интернет-опросов.
3. Метод «тайный покупатель».

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: исследовательская работа.**

Тема: проведение фокус-группы потребителей рекламы.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма рубежного контроля: контрольная работа.**

**РАЗДЕЛ 3. ОБРАБОТКА, АНАЛИЗ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ**

**Тема 3.1. Обработка и анализ информации**

**Цель:** Изучить основные методы обработки и анализа информации, собранной в процессе исследования.

**Перечень изучаемых элементов содержания**

- Статистическая обработка данных в процессе исследования.
- Методы анализа полученной информации.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Статистическая обработка данных на ПК.
2. Описательные и объяснительные методы анализа полученной информации.

**Тема 3.2. Представление результатов маркетинговых исследований**

**Цель:** Уметь составлять отчеты и проводить выступления с презентацией исследования коммуникаций.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Отчет по результатам исследования и сопроводительные документы к нему.
- Доклад и презентация результатов исследования.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Подготовка сопроводительных документов к отчету по результатам исследования.
2. Основные требования к презентации исследования.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

**Форма практического задания:** отчет.

Тема: составление отчета по результатам фокус-группы потребителей рекламы.

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**Форма рубежного контроля:** контрольная работа.

### **РАЗДЕЛ 4. ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

#### **Тема 4.1. Особенности исследований рекламы и связей с общественностью**

**Цель:** Раскрыть особенности исследований рекламы и связей с общественностью как важнейших видов коммуникаций.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Объекты исследований рекламы и связей с общественностью.
- Источники информации о рекламе и связях с общественностью.
- Исследования потребителей рекламы и связей с общественностью.
- Исследования рекламопроизводителей и рекламодателей.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Оценка качества рекламных продуктов.
2. Источники информации об организации рекламной деятельности конкурентов.

#### **Тема 4.2. Оценка эффективности рекламы и связей с общественностью**

**Цель:** Владеть методикой оценки экономической и психологической эффективности рекламы и связей с общественностью.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

- Понятие и виды эффективности коммуникаций.

- Оценка экономической эффективности рекламы и связей с общественностью.
- Оценка психологической эффективности рекламы и связей с общественностью.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Наблюдение и эксперимент как методы оценки психологической эффективности рекламы.
2. Тесты на узнаваемость и запоминаемость рекламных сообщений.
3. Тестирование рекламных текстов до и после их публикации.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

**Форма практического задания: исследовательская работа.**

Тема: оценка психологической эффективности рекламных объявлений методом словесных ассоциаций.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4**

**Форма рубежного контроля: компьютерное тестирование.**

**РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине «Исследования в коммуникациях» является экзамен, который проводится в устной форме.

**4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: основы целеполагания и основные социологические методы	Этап формирования знаний
		Уметь: увязать цели и задачи с конкретным социологическим методом	Этап формирования умений
		Владеть: самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные	Этап формирования навыков и получения опыта

		задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать: мониторинг и отбор актуальной информации	Этап формирования знаний
		Уметь: ассистировать при разработке и осуществлении коммуникационных действий	Этап формирования умений
		Владеть: современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать: актуальные запросы общества и аудитории	Этап формирования знаний
		Уметь: применять знание об актуальных потребностях общества при планировании коммуникационных действиях	Этап формирования умений
		Владеть: навыками использование знаний об обществе при осуществлении коммуникационной активности	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам	Знать: актуальные тенденции развития принципов социальной ответственности в мире и стране	Этап формирования знаний

	социальной ответственности	Уметь: просчитывать результаты профессиональной деятельности в социальном плане	Этап формирования умений
		Владеть: навыками использование культурных знаний при осуществлении коммуникационной активности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: этапы и механизмы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования знаний
		Уметь: просчитывать результаты реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Знать: этапы и принципы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования знаний
		Уметь: принимать результативное участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере коммуникации	Этап формирования навыков и получения опыта

**4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
<p><b>УК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7, ПКО-1, ПК-4</b></p>	<p>Этап формирования знаний.</p>	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: ( 9-10] баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.</p>

<p><b>УК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7, ПК-1, ПК-4</b></p>	<p>Этап формирования умений</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10) баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов;</p>
<p><b>УК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7, ПК-1, ПК-4</b></p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6) баллов.</p>

**4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

4. Понятие «коммуникация». Классификация видов коммуникаций.
5. Значение исследований в сфере коммуникаций.
6. Коммуникационная модель, ее применение в сфере рекламы и связей с общественностью.

7. Понятие и классификация видов информации.
8. Источники первичной и вторичной информации.
9. Принципы исследований.
10. Методы исследований.
11. Классификация видов исследований.
12. Процесс исследования и характеристика его этапов.
13. Проблематика исследований в сфере коммуникаций. Определение проблемы исследования.
14. Цели и задачи исследования в сфере коммуникаций. Постановка целей и задач исследования.
15. Назначение и разработка проекта исследования.
16. Преимущества, недостатки и особенности сбора вторичной маркетинговой информации.
17. Преимущества, недостатки и особенности сбора первичной маркетинговой информации.
18. Метод наблюдения: формы, область применения.
19. Экспериментальный метод: формы, область применения.
20. Имитационное моделирование: типы моделей, область применения.
21. Опрос: формы, область применения.
22. Фокус-группа: типы, технология проведения.
23. Анкетный опрос: типы, технология проведения, требования к вопросам анкеты.
24. Смешанные методы сбора первичной информации: холл-тест, хоум-тест, метод «тайный покупатель».
25. Статистическая обработка данных в процессе исследования.
26. Методы анализа информации в процессе исследования.
27. Содержание и составление отчета по результатам исследования коммуникаций.
28. Сопроводительные документы к отчету по результатам исследования коммуникаций.
29. Доклад по результатам исследования коммуникаций: содержание, представление.



30. Презентация по результатам исследования коммуникаций: основные требования, представление.
31. Объекты исследований рекламы и связей с общественностью.
32. Источники информации для исследования рекламы и связей с общественностью.
33. Исследования потребителей рекламы и связей с общественностью.
34. Исследования рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
35. Понятие и виды эффективности коммуникаций.
36. Показатели и методы оценки экономической эффективности рекламы и связей с общественностью.
37. Показатели и методы оценки психологической эффективности рекламы и связей с общественностью.

Аналитическое задание (*задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.*):

1. Определите, какие виды маркетинговых коммуникаций (реклама, личная продажа, методы стимулирования сбыта, связи с общественностью и др.) являются оптимальными для продвижения на рынок услуг лечебного массажа. Назовите несколько наиболее подходящих средств продвижения данных услуг, относящихся к каждому выбранному виду коммуникаций (Интернет-реклама, продажа по телефону, ценовые скидки, публикация PR-статей и т.п.). Дайте обоснование своих решений. Дополните ответ реальными или условными примерами.

2. Разработайте проект исследования, направленного на решение проблемы поиска эффективных средств рекламы антибактериального мыла.

3. Допустим, что новая сеть ресторанов быстрого обслуживания выходит на потребительский рынок г. Москвы. Для эффективного осуществления коммуникационной политики руководством компании принято решение о проведении исследования маркетинговых коммуникаций главных конкурентов - ведущих участников данного рынка - в сети Интернет. Целями исследования являются:

- определение наиболее распространенных средств маркетинговых коммуникаций, применяемых конкурентами в Интернете;
- установление популярных видов Интернет-ресурсов;
- выявление основных идей маркетинговых коммуникаций при обращении к Интернет-пользователям.

Для достижения поставленных целей методами поисковых запросов и веб-серфинга изучите маркетинговые коммуникации 3 - 4 крупных компаний, действующих на целевом рынке. При исследовании могут рассматриваться как российские, так и зарубежные компании. Исследованию подлежит деятельность фирм-производителей товаров или услуг в целом, а не отдельные товары или бренды.

4. Сформулируйте условия исследования отношения потребителей к уличным билл-бордам производителя газированных напитков, которое может провести коммуникационное агентство методом наблюдения.

Характеристика исследования должна включать следующие условия:

- объект наблюдения;
- цели исследования;
- наблюдаемые действия или события;
- единица измерения;
- оптимальная форма наблюдения;
- место, время и продолжительность наблюдения.

5. Сформулируйте условия исследования, которое может провести коммуникационное агентство методом эксперимента для выбора наиболее подходящей иллюстрации печатных объявлений, содержащих рекламу офисной мужской одежды.

Характеристика исследования предусматривает следующие условия:

- цели эксперимента;
  - тип экспериментального метода;
  - состав и численность выборки;
  - единица измерения полученных результатов;
- процесс сбора данных.

6. Разработайте анкету для устного опроса потребителей в целях выявления основных факторов, влияющих на выбор производителей и моделей ноутбуков, а также оценки спроса на ноутбуки фирмы «Asus» на российском рынке. В анкете следует использовать вопросы разных типов по степени свободы ответа: открытые, закрытые вопросы, шкалы и др.

7. Приведите 4 - 5 примеров практических ситуаций, которые могут потребовать проведения исследований методом «тайный покупатель» для магазина парфюмерии и косметики. Сформулируйте по 2 - 3 цели исследования применительно к каждой из этих ситуаций.

8. Проведите фокус-группу в целях определения отношения потребителей к конкретным товарам или услугам и оценки полиграфической рекламы объекта исследования, соблюдая правила групповой дискуссии. Объект исследования и гайд для проведения фокус-группы даются преподавателем. Если на практическом занятии присутствует более 15 студентов, то проведите две или три фокус-группы в зависимости от количества учащихся. В одной фокус-группе должны участвовать модератор, ассистент и 6 - 10 респондентов. Модератор ведет опрос, ассистент модератора составляет протокол дискуссии.

9. Пользуясь данными, собранными в процессе группового интервью с потенциальными потребителями товаров или услуг, которые содержатся в протоколе дискуссии, составьте отчет по результатам фокус-группы.

Перед составлением отчета проведите обработку и анализ маркетинговой информации. Обработка данных предполагает кодирование, табулирование сведений и

измерение результатов по каждому вопросу интервью. При анализе первичных данных осуществляются обобщение результатов групповой дискуссии, разработка выводов и рекомендаций в соответствии с целями исследования.

Отчет по результатам исследования на основе проведенной фокус-группы составляется в объеме 4 - 5 страниц и содержит следующие положения:

- цели исследования;
- состав фокус-группы;
- полученные результаты;
- выводы и рекомендации.

10. Оцените проект текста коммерческого рекламного объявления, предназначенного для публикации в газетах, проведя тест на словесные ассоциации, и откорректируйте данный текст. Текст рекламного объявления предоставляется преподавателем.

В начале тестирования покажите рекламный текст каждому участнику исследования. Затем задайте следующие вопросы, записывая порядковый номер респондента и ответы на них:

- 1) Назовите слова и выражения из текста рекламного объявления, которые вызвали у Вас негативные ассоциации.
- 2) Укажите, какие ассоциации вызвало каждое названное слово или выражение.
- 3) Предложите другие слова и выражения для замены содержащихся в рекламном тексте, которые вызвали бы у Вас положительные ассоциации.

Опрос является анонимным. Опросите 8 - 10 респондентов. Ответы следует зафиксировать в табличной форме, расположив по горизонтали номера вопросов, а по вертикали порядковые номера респондентов. В случае тестирования студентов своего учебного курса опрашивать следует только тех учащихся, которые выполняют данное задание по другим вариантам.

Обобщите полученные ответы и сформулируйте выводы по результатам тестирования. Оцените общее отношение участников исследования к тестируемому тексту. Выделите все слова и выражения из проекта рекламного текста, вызвавшие у респондентов негативные ассоциации. Определите слова и выражения, которые требуют замены на основе количества полученных ответов (единичные мнения респондентов могут не учитываться).

Откорректируйте проект текста рекламного объявления и запишите новый рекламный текст, используя для замены слова и выражения, предложенные большинством участников исследования.

#### **4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

### **РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины**

##### **5.1.1. Основная литература**

Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425984>

Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450531>

##### **5.1.2. Дополнительная литература**

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457376>

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 10.12.2020).

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

## 5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов 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="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.  <a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников Cyberleninka	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам. 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://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ  <a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ

## 5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Исследования в коммуникациях» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе

самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой учебной дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

#### Подготовка к учебному занятию лекционного типа

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, так как:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей учебной подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематике.

Обработка, обобщение полученных результатов практического занятия проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в

зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или обе формы одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### Самостоятельная работа

Для более углубленного изучения темы задания самостоятельную работу рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

### **5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине**

#### **5.4.1. Средства информационных технологий**

13. Персональные компьютеры;
14. Средства доступа к Интернет;
15. Проектор.

#### **5.4.2. Программное обеспечение**

13. Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint и др.);
14. Microsoft Project.

#### **5.4.3. Информационные справочные системы**

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованным в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства	Электронно-библиотечная	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>

4.	«Юрайт» ЭБС издательства «Лань»	система, коллекция электронных версий книг. Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка»	100% доступ <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
6.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
7.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях университета.	Перед входом в WoS необходимо войти на сайт ResearcherID - <a href="https://www.researcherid.com/">https://www.researcherid.com/</a> Researc herID. Вход в WoS: <a href="http://login.webofknowledge.com/">http://login.webofknowledge.com/</a> / В разделе "ВЫПОЛНЕНИЕ ВХОДА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ" выбрать значение: "Russian Higher Education & Research (FEDURUS)" На следующей странице в разделе "Выберите Вашу Организацию" выбрать проект "FEDURUS". Далее ввести логин и пароль, полученный в ResearcherID. Доступ с любого компьютера в сети Университета.

### 5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для



написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран, имеющие выход в сеть Интернет).

*В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.*

## **5.6 Образовательные технологии**

При реализации учебной дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, таких как ситуационные задания, сбор информации онлайн и оффлайн, разработка проектов исследований и составление отчетов по результатам проведенных исследований, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках учебной дисциплины *«Исследования в коммуникациях»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
16.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол заседания Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	01.09.2020



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Романов И.В.

28 мая 2020 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) Студент в среде электронного обучения**

**Направление подготовки:  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль):  
Современные социальные коммуникации**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
*ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Уровень профессионального образования**

**Высшее образование – бакалавриат**

**Очная, заочная формы обучения**

Москва, 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) **«Студент в среде электронного обучения»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Гундарин М.В, Полунина О.С.

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины(модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления Протокол №11 от 15 мая 2020 г.

Декан факультета

Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Акционерное общество «АНКОР»

Заместитель генерального директора



Т. БАСКИНА

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»,

Директор проектов



С.В. БАРАНОВ

\_\_\_\_\_

---

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета  
при Правительстве РФ



И.Ю. БЕЛЯЕВА

---

(подпись)

Д.с.н., профессор

Профессор кафедры

менеджмента и административного  
управления



О.А. УРЖА

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	591
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	591
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы .....	592
2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося .....	593
3. Содержание дисциплины (модуля) .....	594
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	594
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	595
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	602
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	602
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	602
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	604
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	606
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	609
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) .....	609
6.1. Основная литература .....	609
6.2. Дополнительная литература.....	609
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....	610
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	613
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	614
9.1. Информационные технологии .....	614
9.2. Программное обеспечение .....	614
9.3. Информационные справочные системы .....	614
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	616
11. Образовательные технологии .....	616
Лист регистрации изменений.....	617

## **1. Общие положения**

### ***1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).***

Цель дисциплины "Студент в среде электронного обучения" заключается в формировании теоретических знаний о виртуальной образовательной среде, основах современных информационно-коммуникационных технологий системы дистанционного обучения, приобретения практических навыков работы по электронному взаимодействию студента и преподавателя в электронной образовательной среде, использования электронных образовательных контентов, проведения онлайн тестирований, а также формирования накопительной системы баллов и формирования результатов оценки.

Задачи дисциплины:

1. Изучение студентами виртуальной образовательной среды, основ современных телекоммуникационных технологий системы дистанционного обучения, способов работы с электронными контентом и электронными ресурсами, методов повышения качества образования с использованием технологий дистанционного взаимодействия.

2. Овладение студентами умениями работать в электронной образовательной среде, применять технологии электронного взаимодействия, своевременно исполнять практические задания и проходить тестирование.

3. Привитие студентам способности электронного взаимодействия с преподавателем, с образовательным учреждением по форме дистанционного взаимодействия, с электронными библиотечными ресурсами, с виртуальными образовательными программами

### ***1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы***

Дисциплина (модуль) «Студент в среде электронного обучения» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) очной и заочной форм обучения.**

Изучение дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Изучение дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**» является базовым для последующего освоения программного материала всех учебных дисциплин, изучаемых с использованием электронного обучения.

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы***

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих **общепрофессиональных** и **профессиональных** компетенций: ОПК-4; ПК-1 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p><b>Знать:</b> особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи</p> <p><b>Уметь:</b> понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления</p> <p><b>Владеть:</b> редактировать чужой и собственный текст по специальности</p>
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды,	<p><b>Знать:</b> основы нормативно-правовой базы безопасности и охраны труда, основы политики организации по безопасности труда, основы оптимизации режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала</p> <p><b>Уметь:</b> применять на практике нормативно-правовую базу безопасности и охраны труда, осуществлять</p>



	умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	оптимизацию режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала  <b>Владеть:</b> навыками расчетов продолжительности и интенсивности рабочего времени и времени отдыха персонала, а также технологиями управления безопасностью труда персонала
--	--	---

## 2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		1				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Учебные занятия семинарского типа	0	0				
Лабораторные занятия	10	10				
ИКР	16	16				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>				

(час)						
<b>Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		1				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Учебные занятия семинарского типа	0	0				
Лабораторные занятия	10	10				
ИКР	16	16				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 72 час.

Объем самостоятельной работы – 52 час.

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС+контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Контактная работа в
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8	
1 семестр								
1.	Раздел 1. Электронные технологии в образовании.	36	18	18	5		5	
2.	Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ».	36	18	18	5		5	
<b>Общий объем, часов</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>10</b>		<b>10</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>зачет</b>						

**Заочная форма обучения**

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС+контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Контактная работа в
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8	
1 семестр								
1.	Раздел 1. Электронные технологии в образовании.	36	18	18	5		5	
2.	Раздел 2. Система дистанционного	36	18	18	5		5	

	образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ».							
<b>Общий объем, часов</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>10</b>		<b>10</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>зачет</b>						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю) по очной форме обучения

Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Семестр 1</b>								
Раздел 1. Электронные технологии в образовании.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ».	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0

Общий объем, часов	36	16		16		4		0
Форма промежуточной аттестации	зачет							

### Заочная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Семестр 1</b>								
Раздел 1. Электронные технологии в образовании.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ».	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
Общий объем, часов	36	16		16		4		0
Форма промежуточной аттестации	зачет							

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

## Раздел 1 Электронные технологии в образовании.

### Тема 1. Электронные технологии в образовании.

**Цель:** изучить применение современных электронных технологий в образовании

**Перечень изучаемых элементов содержания:** Инновационные технологии в образовании. Электронное обучение и электронная педагогика. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения. Основные принципы Болонского процесса. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту. Самостоятельная работа в виртуальной образовательной среде. Общие понятия «электронного обучения».

#### Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные преимущества электронного обучения?
2. Назовите основные принципы болонского процесса обучения?
3. Назовите основные преимущества и недостатки электронного обучения.
4. Назовите уровни подготовки по болонской системе.
5. Назовите основные потенциальные выгоды системы дистанционного обучения для студента.
6. В чем заключаются выгоды присоединения к болонской системе для нашей страны?
7. Что такое электронная форма обучения?
8. Что подразумевает электронное обучение?
9. Что относится к задачам системы дистанционного обучения (СДО)?
10. Что входит и что не входит в состав электронного учебника?
11. Укажите причины использования ИКТ в образовании.
12. Какое действие с папками и файлами нельзя отменить в системе дистанционного обучения?

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 1

**Форма практического задания:** реферат.

#### Примерный перечень тем рефератов к теме 1:

1. Уровни подготовки по болонской системе.
2. Особенности электронного обучения
3. Особенности применения дистанционного обучения в России
4. Особенности применения дистанционного обучения за рубежом
5. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
6. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения

7. Инструменты электронного обучения
8. Технологии электронного обучения
9. Мобильное электронное образование
10. Технология e-Learning
11. Виды и типы электронного обучения
12. Электронное обучение в бизнесе
13. Рынок электронного обучения
14. Система управления электронным обучением
15. Законодательное регулирование электронного обучения

## **Тема 2. Развитие электронного обучения в высших учебных заведениях**

**Цель:** изучить развитие электронного обучения в высших учебных заведениях

**Перечень изучаемых элементов содержания:** Использование программно-аппаратной платформы электронного обучения. Принципы дистанционного обучения. Электронные учебные курсы. Основные причины перехода к использованию информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе. Архитектура различных моделей электронного обучения. Виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студента при электронном обучении. Организация учебного процесса при использовании электронного типа обучения. Основные виды учебных материалов используемые в СДО.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Какие инструменты электронного обучения являются синхронными?
2. Что необходимо для широкого применения электронного обучения?
3. Что включает в себя установочная лекция?
4. Дайте определение понятию дискуссия в системе дистанционного обучения.
5. Назовите основные критерии оценки реферата.
6. Дайте определение «Виртуальному лабораторному практикуму».
7. Какой показатель не входит в состав рейтинговой оценки по дисциплине?
8. Что является основными учебными материалами в электронном обучении?
9. Что такое веб-браузер?
10. Что означает расположение результатов поиска в поисковых системах по релевантности?

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 1**

**Форма практического задания:** реферат.

### **Примерный перечень тем рефератов к теме 2:**

1. Электронное обучение в высших учебных заведениях
2. Использование программно-аппаратной платформы электронного обучения.
3. Принципы дистанционного обучения.

4. Электронные учебные курсы.
5. Основные причины перехода к использованию информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе.
6. Архитектура различных моделей электронного обучения.
7. Виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студента при электронном обучении.
8. Организация учебного процесса при использовании электронного типа обучения.
9. Основные виды учебных материалов используемые в СДО.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

## **Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»**

### **Тема 3. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»**

**Цель:** выявить современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием современных информационных технологий и программных решений, определить основные пути повышения качества трудовой деятельности с использованием всех форм дистанционного общения.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания:**

Процедуры авторизации в системе дистанционного образования (СДО). Интерфейс СДО. Основные меню интерфейса. Доступ к учебным материалам дисциплины. Виды электронных учебных пособий. Практические задания, правила их выполнения. Вебинар, режим реального времени. Трансляция, использование веб-камеры. Чат, правила введение текстовых сообщений. Видеоролик, размещение записи в списке материалов курса для использования в учебном процессе.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. По какому адресу вы можете обратиться к системе дистанционного обучения РГСУ?
2. Где на странице располагается кнопка авторизации в СДО?
3. Что означает сообщение «Режим управления» на панели авторизации?
4. Можно ли скачать инструкцию пользователя СДО до авторизации в системе?
5. Какие разделы есть на панели «Основное меню».
6. Какой категории посетителей доступен виджет «Техническая поддержка»?
7. Каким образом осуществляется доступ к списку дисциплин?
8. Из каких вкладок состоит раздел «Ресурсы дисциплины»?
9. В каком разделе можно узнать величину максимально возможного балла за занятие?
10. В каком разделе размещаются дополнительные файлы для изучения?



## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 3**

**Форма практического задания:** реферат.

### **Примерный перечень тем рефератов к теме 3:**

1. Задачи системы СДО в обучении
2. Интерактивность системы СДО
3. Коммуникации в системе СДО
4. Учебный процесс в системе СДО
5. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
6. СДО при дистанционной форме обучения
7. Современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием современных информационных технологий
8. Современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием программных решений
9. Основные пути повышения качества трудовой деятельности с использованием всех форм дистанционного общения

### **Тема 4. Технологии работы в системе СДО**

**Цель:** изучить пути мультикультурного взаимодействия, пути использования дистанционных форм проведения обучения, аттестации.

**Перечень изучаемых элементов содержания:** Рубежные тесты к разделам. Итоговое тестирование. Информационные ресурсы разделов. Новостные сообщения. Авторизованные пользователи, доступ к информации. Обмен сообщениями. Оповещение о получаемых сообщениях. Уведомления системы. Возможные ограничения и сроки выполнения задания. Тьютор, общение с тьютором. Служба технической поддержки.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Занятие какого типа требует прикрепления файла с ответом?
2. Какой результат за прохождение теста передается в ведомость успеваемости?
3. Назовите основные поля интерфейса типа «Вебинар».
4. В каком разделе размещаются учебные материалы, обязательные для изучения?
5. По какой системе выставляется оценка за занятия в СДО?
6. Можно ли написать сообщение своему одногруппнику в СДО?
7. Какой датой ограничивается срок доступа к дисциплине?
8. Какие рекомендуются ограничения для файлов, прикрепляемых к занятию с типом «задание»?
9. Где и как искать номера телефонов службы тех.поддержки СДО?
10. В каком разделе размещаются учебные дополнительные материалы для изучения?

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 4

Форма практического задания: реферат.

### Примерный перечень тем рефератов к теме 4:

1. Рубежные тесты к разделам.
2. Итоговое тестирование.
3. Информационные ресурсы разделов.
4. Новостные сообщения.
5. Авторизованные пользователи, доступ к информации.
6. Обмен сообщениями.
7. Оповещение о получаемых сообщениях.
8. Уведомления системы.
9. Возможные ограничения и сроки выполнения задания.
10. Тьютор, общение с тьютором.
11. Служба технической поддержки.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года. Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

#### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
-----------------	--	---------------------	--

ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи	Этап формирования знаний
		Уметь: понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления	Этап формирования умений
		Владеть: редактировать чужой и собственный текст по специальности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	Знать: основы нормативно-правовой базы безопасности и охраны труда, основы политики организации по безопасности труда, основы оптимизации режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: применять на практике нормативно-правовую базу безопасности и охраны труда, осуществлять оптимизацию режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала	Этап формирования умений

		<p>Владеть: навыками расчетов продолжительности и интенсивности рабочего времени и времени отдыха персонала, а также технологиями управления безопасностью труда персонала</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
--	--	--	--

**5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
<b>ОПК-4; ПК-1</b>	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не</p>

			<p>знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
<b>ОПК-4; ПК-1</b>	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с</p>
	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p>	<p>выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с</p>

		Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
<b>ОПК-4; ПК-1</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание ( <i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i> )  Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

***5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы***

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов

1. Назовите основные задачи дистанционного обучения.
2. Каким образом проводится аттестация обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям основной образовательной программы?
3. Охарактеризуйте важнейшую задачу организации самостоятельного обучения студента с учетом их индивидуальных особенностей.
4. В чем заключается организация обратной связи и принятия оптимальных решений в управлении качеством обучения?
5. Перечислите основные функции оценки качества знаний.
6. Какие особенности текущего контроля знаний в дистанционной форме обучения Вы знаете?
7. Раскройте содержание текущего контроля знаний.
8. Чем характеризуется текущий контроль знаний?
9. Что определяет использование механизмов проведения тестирования?
10. Каковы важнейшие цели виртуальной образовательной среды?
11. Определите основные части модульных образовательных программ «Студент в среде электронного обучения».
12. Каковы особенности планирования и использования входного контроля знаний?
13. Сформулируйте социально-экономическую сущность дистанционной формы обучения.
14. В чем сущность и необходимость проведения претеста?
15. Раскройте понятие эффективности самостоятельной учебной работы студента в виртуальной образовательной среде.
16. Укажите место СДО в современной системе образования.
17. Сформулируйте цели и задачи СДО для высших учебных заведений.
18. Определите уровень и значение тренирующих тестов.
19. Раскройте понятие тренинг.
20. Охарактеризуйте приоритеты СДО в сфере высшего профессионального образования.
21. Раскройте сущность, значение и структуру практических заданий.
22. Каковы критерии качества самостоятельной работы студента в виртуальной образовательной среде РГСУ?
23. Охарактеризуйте основные черты инновационного подхода к формированию дистанционной системы образования.

24. На основе чего определяются принципы исполнения письменных работ в системе дистанционного обучения?
25. В чем сущность дискуссии в системе дистанционного обучения и правила ее проведения?
26. Какие временные интервалы необходимо соблюдать при проведении дискуссии в виртуальной образовательной среде РГСУ.
27. Укажите положительные и отрицательные моменты системы дистанционного обучения (на личном примере).
28. Какие социальные технологии применяются при реализации стратегии проведения дистанционного образования?
29. Какова роль государства в реализации программ дистанционного обучения?
30. Методы измерения и анализа текущего контроля знаний студента в электронной образовательной среде.
31. Каковы методы измерения групповой работы в рамках одной дисциплины в системе дистанционного обучения?
32. Каким требованиям должны удовлетворять тестовые вопросы в СДО?
33. Кто формирует методические указания проведения дискуссий?
34. Сколько раз студент обязан принять участие в проведении дискуссии?
35. Перечислите основные критерии оценки за участие в дискуссионном процессе?

#### Аналитические задания:

Раскройте:

1. Уровни подготовки по болонской системе.
2. Особенности электронного обучения
3. Особенности применения дистанционного обучения в России и за рубежом
4. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
5. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения
6. Инструменты электронного обучения
7. Технологии электронного обучения
8. Задачи системы СДО в обучении
9. Интерактивность системы СДО
10. Коммуникации в системе СДО



11. Учебный процесс в системе СДО
12. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
13. СДО при дистанционной форме обучения

**5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестации по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

**6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

**6.1. Основная литература**

1. Овчинникова, К. Р. Дидактическое проектирование электронного учебника в высшей школе: теория и практика: учебное пособие / К. Р. Овчинникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08823-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452805>

**6.2. Дополнительная литература**

Вайндорф-Сысоева, М. Е. Методика дистанционного обучения : учебное пособие для вузов / М. Е. Вайндорф-Сысоева, Т. С. Грязнова, В. А. Шитова ; под общей редакцией М. Е. Вайндорф-Сысоевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9202-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450836>

Черткова, Е. А. Компьютерные технологии обучения : учебник для вузов / Е. А. Черткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07491-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452449>

#### 7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
<p>Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)</p> <p>Электронная библиотека учебников</p>	<p>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</p> <p>На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.</p>	<p><a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a></p> <p>100% доступ</p> <p><a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a></p> <p>100% доступ</p>
<p>Cyberleninka</p> <p>Единое окно доступа к образовательным</p>	<p>Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.</p> <p>Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и</p>	<p><a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a></p> <p>100% доступ</p> <p><a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a></p> <p>100% доступ</p>

ресурсам	профессионального образования	
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a>  100% доступ
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a>  100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.  Доступ к 5493 журналам с

			полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном

			зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a>  100% доступ

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы дисциплины (модуля). Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

#### Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

### **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

#### ***9.1. Информационные технологии***

4. Персональные компьютеры;
5. Доступ к интернет
6. Проектор.

#### ***9.2. Программное обеспечение***

1. Microsoft Office

#### ***9.3. Информационные справочные системы***

Обучающиеся по программе «Управление персоналом организации» в университете имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ

2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.  Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a>  Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a>  Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.

		просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

#### **10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для изучения дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** - компьютерный класс с обеспечением работы в локальной сети и выхода в Internet, а также оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

#### **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**» предусматривает использование в учебном процессе *активных и интерактивных форм* проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**»



предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «**Студент в среде электронного обучения**» предусмотрены **встречи с руководителями и работниками** организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
17.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта	Протокол заседания Ученого совета	01.09.2020

	<p>высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017</p>	<p>факультета коммуникативного менеджмента</p> <p>Протокол № 11 от 28 мая 2020 года</p>	
--	---	---	--



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

Романов И.В.

28 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Технологии трудоустройства**

**Направление подготовки:**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль):**

**Современные социальные коммуникации**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования**

**Высшее образование – бакалавриат**

**Очная, заочная формы обучения**

Москва, 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Рабочая программа разработана рабочей группой в составе: Д.К.Танатова

Руководитель основной образовательной программы к.ф.н., доцент



М.В. Гундарин

---

(подпись)

Рабочая программа дисциплины(модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления Протокол №11 от 15 мая 2020 г.

Декан факультета

Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

---

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Акционерное общество «АНКОР»

Заместитель генерального директора



Т. БАСКИНА

---

(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»,

Директор проектов



С.В. БАРАНОВ

---

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета  
при Правительстве РФ



И.Ю. БЕЛЯЕВА

---

(подпись)

Д.с.н., профессор

Профессор кафедры

менеджмента и административного  
управления



О.А. УРЖА

---

(подпись)

Согласовано

Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	623
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	623
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы .....	624
2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося .....	626
3. Содержание дисциплины (модуля) .....	627
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	627
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	627
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	631
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	631
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	631
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	634
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	636
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	638
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	638
6.1. Основная литература .....	638
6.2. Дополнительная литература.....	638
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	639
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	642
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	643
9.1. Информационные технологии .....	643
9.2. Программное обеспечение .....	643
9.3. Информационные справочные системы .....	643
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	645
1. Образовательные технологии .....	646
Лист регистрации изменений .....	647

## **1. Общие положения**

### ***1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).***

Цель дисциплины(модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о технологиях трудоустройства с последующим применением их в профессиональной деятельности и формирование практических навыков по поиску работу и трудоустройству.

#### Задачи дисциплины (модуля):

- приобрести знания о современных подходах к управлению карьерой,
- научиться выбирать и реализовывать эффективную стратегию поведения на рынке труда,
- приобрести навыки поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информациио ситуации на рынке труда, по вопросам трудоустройства и занятости,
- научиться применять методы и инструменты трудоустройства на практике.

### ***1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы***

Дисциплина (модуль) «**Технологии трудоустройства**» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «**Менеджмент**» по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) очнойформе обучения.**

Изучение дисциплины (модуля)«**Технологии трудоустройства**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «**Кадровая политика государства и организации**», «**Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия**».

Изучение дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин (модулей): «Управление карьерой», «Рынок труда и управление трудовыми отношениями».

**1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций: ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2; ОПК-4; ПК-3в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>Знать: основы управления карьерой и служебно-профессионального продвижения персонала</p> <p>Уметь: организовать процесс управления карьерой</p> <p>Владеть: технологиями управления карьерой</p>
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать: методы сбора информации для выявления потребности организации в обучении и развитии персонала</p> <p>Уметь: собирать и анализировать информацию для выявления кадровых потребностей организации</p> <p>Владеть: навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом</p>



ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>Знать: основы управления карьерой</p> <p>Уметь: планировать карьеру и служебно-профессиональное продвижение</p> <p>Владеть: навыками управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением</p>
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<p>Знать: основы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области управления персоналом</p> <p>Уметь: оценивать экономическую и социальную эффективность инвестиционных проектов развития персонала</p> <p>Владеть: навыками реализации проектов при различных схемах и условиях инвестирования и финансирования программ развития персонала</p>
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p>Знать: основные нормы и принципы делового общения, основные принципы делового этикета, правила публичного выступления</p> <p>Уметь: применять основные правила делового общения в практической деятельности, применять приемы риторики и аргументации</p> <p>Владеть: практическими навыками эффективного делового общения, практическими навыками публичного выступления</p>
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	<p>Знать: методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>Уметь: проводить стратегический анализ, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p> <p>Владеть: навыками стратегического</p>

		анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
--	--	--

## 2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Учебные занятия семинарского типа	10	10				
Лабораторные занятия	0	0				
ИКР	16	16				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 72 час.

Объем самостоятельной работы – 36 час.

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						Контактная работа в
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС+контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8	
3 семестр								
1.	РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	36	18	18	5	5	0	
5.	РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства	36	18	18	5	5	0	
<b>Общий объем, часов</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	
Форма промежуточной аттестации		зачет						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю) по очной форме обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль
--------------	-------	--

	СРС + контроль	Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Семестр 3</b>								
РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческая работа	2	тестирование	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>							

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

##### РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования

**Цель:** сформировать систему знаний о современных подходах к анализу рынка труда и научиться использовать их в профессиональной деятельности

##### Тема 1.1. Общая характеристика рынка труда

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Сущность рынка труда. Спрос и предложение. Рабочая сила как товар. Особенности рынка труда. Элементы рынка труда. Субъекты рынка труда. Классификация рынков труда. Механизм функционирования рынка труда. Регулирование рынка труда. Сегментация рынка труда. Молодежный рынок труда. Трансформация рынка труда. Инвестиции в человеческий капитал. Карьера. Управление карьерой. Факторы карьерного продвижения.

#### ***Вопросы для самоподготовки:***

1. Конкуренция на рынке труда.
2. Основные модели национальных рынков труда.
3. Современные тенденции развития молодежного рынка труда

## **Тема 1.2. Занятость и безработица**

### ***Перечень изучаемых элементов содержания***

Социально-экономическая сущность занятости. Структура занятости. Виды занятости. Современные формы занятости. Гибкая занятость. Безработица. Уровень безработицы. Причины безработицы. Виды безработицы. Социально-экономические последствия безработицы. Безработица как социально-психологическая проблема. Социальная поддержка безработных.

#### ***Вопросы для самоподготовки:***

1. Занятость населения как объект государственного регулирования
2. Новые формы занятости в рыночной экономике
3. Особенности занятости студентов.

## **РАЗДЕЛ2. Технологии эффективного трудоустройства**

**Цель:** сформировать целостную систему знаний об инструментах поиска работы, овладеть навыками поиска работы и проведения мониторинга рынка труда.

### **Тема 2.1. Поиск работы: выбор стратегии и основные инструменты**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания:**

Выбор профессии. Ошибки при выборе профессии. Поведение на рынке труда. Оценка конкурентоспособности. Стратегии поведения на рынке труда. Концепция «карьерных якорей» Э.Шейна. Принципы формирования карьерных целей. ПрофорIENTATION. Самомаркетинг. Мониторинг рынка труда. Выбор работодателя.

#### ***Вопросы для самоподготовки:***

1. Основные направления самомаркетинга на рынке труда.
2. Пути повышения конкурентоспособности на рынке труда.
3. Факторы, определяющие выбор стратегии поведения при поиске работы.

## **Тема 2.2. Методы эффективного трудоустройства**

### **Перечень изучаемых элементов содержания:**

Этапы поиска работы. Поиск вакансий. Источники информации о вакансиях. Обращение в кадровые агентства. Обращение в Государственную службу занятости населения. Использование интернет-ресурсов. Superjob.ru, Hh.ru. Социальные сети и профессиональные сообщества. Типичные ошибки при поиске работы. Резюме. Виды резюме. Структура резюме. Правила оформления резюме. Переписка с работодателем. Собеседование. Интервью при приеме на работу. Психологические особенности прохождения интервью. Тестирование. Правовые аспекты трудоустройства.

### ***Вопросы для самоподготовки:***

1. Основные документы при приеме на работу
2. Этапы эффективной подготовки к собеседованию с работодателем.
3. Карьерное портфолио.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **РАЗДЕЛ 1**

#### **Форма - реферат**

##### **Примерный перечень тем рефератов**

1. Современные подходы к изучению рынка труда.
2. Трансформация занятости в условиях постиндустриальной экономики.
3. Роль государства в регулировании занятости студентов.
4. Роль государства в регулировании занятости выпускников вузов.
1. Особенности поведения различных категорий соискателей рабочих мест.
2. Дифференциация мотивационных предпочтений работников различных категорий.
3. Зарубежный опыт взаимодействия вузов и организаций-работодателей.
4. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: опыт ведущих вузов России.
5. Взаимодействие компании с кадровыми агентствами.
6. Взаимодействие компании с органами Государственной службы занятости населения.

### **РАЗДЕЛ 2.**

#### **Форма – творческая работа**

Необходимо провести обзор вакансий в определенном сегменте рынка труда. Рекомендуется использовать Superjob.ru, Hh.ru.  
Ответить на вопросы:

- Насколько востребованы на рынке труда такие специалисты?
- На какие должности они могут претендовать?
- Какова минимальная, максимальная, средняя зарплата?
- Каковы основные требования, предъявляемые к данным специалистам?
- Чем конкретно может заниматься такой специалист в организации?

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля - тестирование

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля: тестирование

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года. Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

### 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

#### 5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

#### 5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: основы управления карьерой и служебно-профессионального продвижения персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: организовать процесс управления карьерой	Этап формирования умений
		Владеть: технологиями управления карьерой	Этап формирования навыков и получения

			опыта
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: методы сбора информации для выявления потребности организации в обучении и развитии персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: собирать и анализировать информацию для выявления кадровых потребностей организации	Этап формирования умений
		Владеть: навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом	Этап формирования навыков и получения опыта
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	Знать: основы управления карьерой	Этап формирования знаний
		Уметь: планировать карьеру и служебно-профессиональное продвижение	Этап формирования умений
		Владеть: навыками управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: основы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области управления персоналом	Этап формирования знаний
		Уметь: оценивать экономическую и социальную эффективность инвестиционных проектов развития персонала	Этап формирования умений



		Владеть: навыками реализации проектов при различных схемах и условиях инвестирования и финансирования программ развития персонала	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: основные нормы и принципы делового общения, основные принципы делового этикета, правила публичного выступления	Этап формирования знаний
		Уметь: применять основные правила делового общения в практической деятельности, применять приемы риторики и аргументации	Этап формирования умений
		Владеть: практическими навыками эффективного делового общения, практическими навыками публичного выступления	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить стратегический анализ, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Этап формирования умений

		Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Этап формирования навыков и получения опыта
--	--	--	---

**5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
<b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b>	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;  2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;  3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает

			<p>последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
<b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b>	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет</p>
<b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p>	<p>выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет</p>

		Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
<b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание ( <i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i> )  Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

***5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы***

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Теоретический блок вопросов:**

1. Рынок труда: сущность и функции.
2. Занятость населения как объект государственного регулирования.
3. Виды безработицы.
4. Конкуренция на рынке труда.
5. Социально-экономические последствия безработицы.
6. Классификация занятости.

7. Основные элементы рынка труда.
8. Современные подходы к изучению рынка труда.
9. Концепции маркетинга рабочей силы.
10. Трансформация занятости в условиях постиндустриальной экономики.
11. Основные партнеры организации на внешнем рынке труда.
12. Государственная служба занятости населения и ее функции.
13. Роль частных структур занятости на рынке труда.
14. Взаимодействие организации с Государственной службой занятости населения.
15. Взаимодействие организации с частными структурами занятости.
16. Взаимодействие организации с учебными заведениями.
17. Взаимодействие государственных структур занятости населения с компаниями-работодателями в странах с развитой рыночной экономикой.
18. Функции и направления деятельности кадровых агентств.
19. Позитивные и негативные аспекты деятельности кадровых агентств.
20. Роль государства в регулировании занятости подростков.
21. Роль государства в регулировании занятости студентов.
22. Роль государства в регулировании занятости выпускников вузов.
23. Активная и пассивная политика занятости населения в России.
24. Особенности поведения различных категорий соискателей рабочих мест.
25. Технологии деятельности кадровых агентств.
26. Зарубежный опыт взаимодействия вузов и организаций-работодателей.
27. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: опыт ведущих вузов России.
28. Сущность и элементы самомаркетинга на рынке труда.
29. Общие правила составления резюме.
30. Подготовка к собеседованию с работодателем

### Аналитическое задание

#### Пример

Необходимо провести сравнительный анализ деятельности государственных и частных структур занятости в России.

		Государственная служба занятости населения	Кадровые агентства
2	Роль и задачи на рынке труда		
3	Основные виды услуг		
4	Основные получатели услуг		
5	Финансовые условия получения услуг		
6	Позитивные и негативные стороны деятельности		

### **5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Промежуточная аттестации по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

### **6.1. Основная литература**

Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 1. Кадровая политика : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджян. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02242-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452979> (дата обращения: 28.04.2020).

Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 2. Кадровое планирование : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджян. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02239-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452977> (дата обращения: 28.04.2020).

Управление человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.] ; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450458> (дата обращения: 29.04.2020).

### **6.2. Дополнительная литература**

Алиев, И. М. Экономика труда в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 203 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-

534-03218-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/434388> (дата обращения: 28.04.2020).

Алиев, И. М. Экономика труда в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 228 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03216-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/434372> (дата обращения: 28.04.2020).

Сафонов, В. А. Социальное партнерство : учебник для вузов / В. А. Сафонов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 395 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01455-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450096> (дата обращения: 28.04.2020).

#### 7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<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	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

	описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ



2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.  Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience (WebofKnowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a>  Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a>  Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.

		образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы дисциплины (модуля). Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

**9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

**9.1. Информационные технологии**

7. Персональные компьютеры;
8. Доступ к интернет
9. Проектор.

**9.2. Программное обеспечение**

2. Microsoft Office

**9.3. Информационные справочные системы**

Обучающиеся по программе «Менеджмент» в университете имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.  Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования WebofScience	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети

	(WebofKnowledge)	изданиях. Университета.	Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

#### **10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для изучения дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** - компьютерный класс с обеспечением работы в локальной сети и выхода в Internet, а также оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

## 1. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» предусматривает использование в учебном процессе *активных и интерактивных форм* проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» предусмотрены *встречи с руководителями и работниками* организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
18.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования	Протокол заседания  Ученого совета факультета коммуникативного менеджмента	01.09.2020

	и науки Российской Федерации от № 524 от 08.06.2017	Протокол № 11 от 28 мая 2020 года	
--	--	--------------------------------------	--















